

# **La sensibilité des éco-gestes auprès des employés et des clients de la Migros**

# **MIGROS**

**Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor Of Science HES en  
économie d'entreprise**

par :  
**Stéphanie GOMES**

Conseiller au travail de Bachelor :  
**Silvio BARBIERI, chargé de cours HES**

**Genève, le 15 août 2014**  
**Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)**  
**Filière en économie d'entreprise**

## Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor en économie d'entreprise. L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seule le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève le 15 août 2014

Stéphanie Gomes

## Remerciements

Je tiens à adresser mes sincères remerciements aux personnes qui ont consacré de leur temps afin de me conseiller et de m'orienter dans la bonne direction. Je souhaite ainsi remercier tout particulièrement :

M. Silvio Barbieri, chargé de cours à la Haute École de Gestion et conseiller de mon travail de Bachelor, pour son soutien, sa disponibilité et ses précieux conseils.

M. Emmanuel Fragnière pour son suivi et ses recommandations.

Je remercie également toutes les personnes qui ont répondu à mes questionnaires, les clients et employés Migros ainsi que les experts en développement durable.

# Sommaire

À l'heure actuelle, le développement durable est un sujet considérablement présent dans l'actualité, c'est également devenu l'une des problématiques majeures pour notre société. Tous les acteurs de la société s'intéressent à cette thématique. Le monde a pris conscience des défis auxquels il se verra confronter dans un futur proche : la biodiversité disparaît, le gaspillage augmente, les ressources naturelles ne sont pas infinies, les biens et les denrées sont mal distribués.

Pour mon travail de Bachelor j'ai choisi d'analyser la sensibilité des clients et des employés Migros vis-à-vis des éco-gestes. Être collaboratrice étudiante me permet d'avoir une position privilégiée et d'observer de plus près le comportement des individus.

Dans un premier temps, une approche descriptive du développement durable et de Migros est observée. Elle sera complétée par une analyse qualitative réalisée par le biais de questionnaires semi-directifs. La synthèse des résultats par question m'a permis d'émettre quelques pistes de réflexion pour la suite de mon travail.

De l'analyse des réponses obtenues, il résulte que malgré les nombreux projets et engagements de la part de Migros envers le développement durable, il reste une multitude d'actions à mener afin de sensibiliser les personnes à la thématique.

Les pistes de réflexion et la modélisation du service avec l'outil de Blueprinting m'ont permis d'émettre trois recommandations afin d'aider la Migros dans sa démarche « éco-gestes ».

# Table des matières

<b>Déclaration</b> .....	<b>i</b>
<b>Remerciements</b> .....	<b>ii</b>
<b>Sommaire</b> .....	<b>iii</b>
<b>Table des matières</b> .....	<b>iv</b>
<b>Liste des Tableaux</b> .....	<b>vi</b>
<b>Liste des Figures</b> .....	<b>vi</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 Contexte et histoire</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2 Problématique</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3 Présentation de Migros</b> .....	<b>9</b>
1.3.1 Génération M .....	10
1.3.2 Qu'est-ce qu'un éco-geste ? .....	11
1.3.3 Les éco-gestes établis chez Migros .....	12
1.3.3.1 Dans les magasins .....	12
1.3.3.2 Dans les bureaux .....	13
<b>2. Étude de terrain</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1 La grande distribution</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2 Faire ses courses écologiquement</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Entreprises suisses pratiquant les éco-gestes</b> .....	<b>15</b>
2.3.1 L'État de Genève .....	15
2.3.2 Les Services Industriels de Genève (SIG) .....	16
<b>2.4 Les supermarchés qui soutiennent le développement durable</b> ..	<b>17</b>
2.4.1 Supermarché coopératif .....	17
2.4.2 Supermarché zéro emballage .....	18
2.4.3 Supermarché construit dans un objectif écologique .....	19
<b>2.5 Rencontre avec des individus internes à l'entreprise</b> .....	<b>20</b>
2.5.1 Rendez-vous avec M. MOLIN, chef de Migros Champel .....	20
2.5.2 Rendez-vous avec Mme GISLER, responsable développement durable ..	21
<b>2.6 Méthodologie</b> .....	<b>23</b>
2.6.1 Les entretiens .....	23
2.6.1.1 La cible de l'étude .....	23
2.6.1.2 L'échantillon .....	23
2.6.1.3 Interviews semi-directives .....	24
2.6.1.4 Conduite d'entretien .....	24
<b>2.7 Le Blueprint</b> .....	<b>25</b>
<b>3. Analyse des résultats</b> .....	<b>26</b>
<b>3.1 Synthèse des résultats par question</b> .....	<b>26</b>

3.1.1	Question 1 .....	26
3.1.2	Question 2 .....	27
3.1.3	Question 3 (clients) .....	28
3.1.4	Question 3 (employés) .....	29
3.1.5	Question 4 (clients) .....	30
3.1.6	Question 4 (employés) .....	31
3.1.7	Question 5 .....	31
3.1.8	Question 6 .....	33
3.1.9	Question 7 (employés) .....	33
<b>3.2</b>	<b>Pistes de réflexion .....</b>	<b>34</b>
<b>3.3</b>	<b>Modélisation du service .....</b>	<b>36</b>
3.3.1	Blueprint actuel .....	36
3.3.2	Le redesign du Blueprint .....	38
<b>4.</b>	<b>Recommandations.....</b>	<b>41</b>
<b>4.1</b>	<b>Recommandation n° 1 .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2</b>	<b>Recommandation n° 2 .....</b>	<b>42</b>
<b>4.3</b>	<b>Recommandation n° 3 .....</b>	<b>43</b>
4.3.1	Flyer .....	44
4.3.2	Layout Management .....	46
4.3.3	Logique de parcours .....	46
<b>4.4</b>	<b>Plan d'action.....</b>	<b>49</b>
<b>4.5</b>	<b>Gestion des risques.....</b>	<b>51</b>
	<b>Conclusion.....</b>	<b>52</b>
	<b>Bibliographie .....</b>	<b>53</b>
	<b>Annexe 1 : Les questionnaires .....</b>	<b>56</b>
	<b>Annexe 2 : État des promesses en décembre 2012 .....</b>	<b>84</b>
	<b>Annexe 3 : Article du Matin .....</b>	<b>84</b>
	<b>Annexe 4 : Liste des éco-gestes de l'État de Genève.....</b>	<b>87</b>

## Liste des Tableaux

Tableau 1	Éco-gestes au supermarché .....	15
Tableau 2	Plan d'action, recommandation 1 .....	49
Tableau 3	Plan d'action, recommandation 2 .....	50
Tableau 4	Plan d'action, recommandation 3 .....	50
Tableau 5	Gestion des risques.....	51

## Liste des Figures

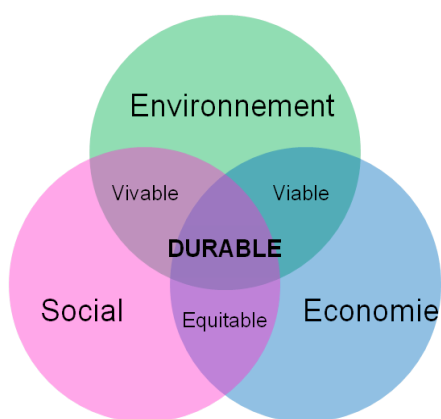
Figure 1	Blueprint .....	37
Figure 2	Redesign du Blueprint.....	40

# Introduction

## 1.1 Contexte et histoire

« Vivre simplement pour que simplement d'autres puissent vivre »  
Gandhi<sup>1</sup>

Le développement durable a pour objectif de répondre aux nécessités élémentaires de tous les êtres humains de notre génération et des générations futures. Ces besoins concilient des exigences écologiques, économiques et sociales. Ces trois objectifs sont interdépendants, les acteurs doivent prendre en compte tous les éléments, ils doivent être économiquement efficaces, socialement équitables et écologiquement responsables. L'image suivante montre l'interaction de ses trois règles.



C'est en 1983 que l'Assemblée générale des Nations Unies a demandé à la Commission Mondiale de l'environnement et du développement de proposer des stratégies à long terme en matière d'environnement. En 1987, la Commission des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement a publié le rapport Brundtland, intitulé « Our Common Future ». C'est ainsi que la définition du développement durable tel qu'on l'entend aujourd'hui est née. La Suisse se réfère également à cette définition :

---

<sup>1</sup> Mohandas Karamchand Gandhi (2 octobre 1869 – 30 janvier 1948) : dirigeant politique et important guide spirituel de l'Inde.



*« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoins », et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir ». (Rapport Brundtland, 1987)*

Plus de 180 États, dont la Suisse, se sont engagés lors de la conférence de Rio en 1992 et de Johannesburg en 2002, en signant un plan d'action pour le 21<sup>e</sup> siècle, l'Agenda 21. Le document établit l'importance de chaque pays à s'engager, à tenir compte, globalement et localement de la façon dont les gouvernements, les entreprises, les organisations non gouvernementales et tous les secteurs de la société pourraient coopérer et trouver des solutions aux problèmes environnementaux.

Plus précisément, deux conventions ont été adoptées, une contre le réchauffement climatique et l'autre pour la sauvegarde de la biodiversité ainsi qu'un programme d'action regroupant 2'500 recommandations.

Suite à ces engagements, la Suisse a introduit deux articles dans la Constitution fédérale (article 2 et article 73 CST). Le canton de Genève a également inscrit « la loi sur l'action publique en vue d'un développement durable ». Elle est entrée en vigueur le 19 mai 2001.

La conférence Rio+20 s'est déroulée en juin 2012. Sur les 90 objectifs reconnus internationalement :

- 4 objectifs ont enregistré « des progrès significatifs ».
- 40 objectifs ont enregistré des progrès
- 24 objectifs n'ont pas connu de progrès ou très peu.
- 8 objectifs ont enregistré une dégradation
- Les 14 objectifs restants n'ont pu faire l'objet d'une évaluation, faute de données disponibles.

Le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) a conclu que 20 ans après la première conférence : « la planète doit réorienter d'urgence son développement ».

## **1.2 Problématique**

La grande distribution a un fort impact sur l'environnement. Toute la chaîne logistique est concernée, dès le lieu de production de la marchandise, qui est par ailleurs, le plus souvent importée, jusqu'au moment où le client achète le produit et le ramène chez lui et cela, la plupart du temps en voiture.

L'impact des magasins n'est pas non plus négligeable. En effet, ceux-ci consomment beaucoup d'électricité, d'eau, de chauffage, d'espace et produisent également une quantité énorme de déchets.

L'objectif de ce travail est d'identifier quels sont les éco-gestes que les clients et les employés de la Migros peuvent mettre en place afin de protéger l'environnement. J'ai identifié deux questions auxquelles je tenterais de répondre dans cette étude.

- Puis-je faire mes courses tout en respectant la nature et son environnement ? (*Point de vue du consommateur*)
- Comment pouvons-nous améliorer notre empreinte écologique tout en offrant la même prestation à nos clients ? (*Point de vue de l'entreprise*)

Afin de répondre à ces questions, je vais élaborer des questionnaires qualitatifs et interroger un certain nombre de personnes. Cela permettra d'identifier quelles sont les améliorations qui peuvent être réalisées de part et d'autre, côté consommateur et côté entreprise.

## **1.3 Présentation de Migros**

*« Un constat s'impose, à savoir que plus une entreprise est grande, plus elle a le devoir, au-delà de la poursuite de ses objectifs purement commerciaux, de prendre une part active à la résolution des problèmes de l'humanité. » (Duttweiler, 1959)*

Ces propos ont été cités dans « Wir Brückenbauer », le 31 juillet 1959 par le fondateur de Migros, Monsieur Gottlieb Duttweiler.

L'entreprise Migros a toujours assumé sa responsabilité sociale. Elle a intégré le concept du développement durable dans sa stratégie de groupe et cherche à trouver les meilleures solutions sociales et écologiques en matière d'achat, de production, de transport, de vente et d'élimination des produits et matières.

Elle offre un large assortiment de produits et de prestations durables et s'implique localement et internationalement avec différents labels (FSC<sup>2</sup>, MSC<sup>3</sup>, Max Havelaar<sup>4</sup>).

Dans le domaine social, Migros s'implique en faveur des conditions de travail acceptables et équitables. Par ailleurs, Migros, respecte divers codes de conduites internationales comme le Global GAP<sup>5</sup>, le BSCI<sup>6</sup> et le GSCP<sup>7</sup>. L'entreprise s'engage également envers la communauté avec différents programmes tels que : le Pour-cent culturel. Ce projet consiste pour l'entreprise à investir une partie du chiffre d'affaires dans les loisirs, la culture et la formation.

En 2006, Migros a démontré son engagement en adhérant au Pacte mondial, une initiative des Nations Unies qui définit dix principes de bonne gouvernance d'entreprise basés sur des idéaux universellement admis. Les principes de l'ONU sont les suivants : droit de l'homme, droit du travail, protection de l'environnement et la lutte contre la corruption. En adhérant à cette initiative, Migros a le devoir, dans son rapport annuel d'activité, de montrer son engagement à respecter ces valeurs dans tous les domaines cités ci-dessus. C'est en 2008 que l'entreprise publie pour la première fois un rapport de Développement Durable, pour faire suite au rapport de l'agence de rating Oekom Research qui a qualifié Migros de distributeur le plus engagé du monde pour ce qui est de la promotion du développement durable.

### 1.3.1 Génération M

La coopérative travaille continuellement au renforcement de son engagement, c'est pourquoi le concept « Génération M » a été mis en place en 2012. Ce dernier mise sur la réalisation d'environ une quarantaine d'objectifs. Migros les définit par des « promesses ».

- 
- |   |  |
|---|--|
| 2 | FSC certifie que les produits en bois et en papier sont issus d'une gestion forestière respectueuse de l'environnement et socialement responsable. |
| 3 | MSC a pour but d'améliorer la situation des milieux marins et contribuer à la création d'un marché international durable.                          |
| 4 | Max Havelaar s'engage dans le commerce équitable et contribue à lutter contre la pauvreté dans les pays émergents ou en voie de développement.     |
| 5 | Organisation non gouvernementale qui établit des normes volontaires pour la certification de produits agricoles dans le monde entier.              |
| 6 | Ce sont des principes fondés sur les normes internationales du travail   |
| 7 | C'est un programme qui vise l'amélioration des conditions de travail et de la protection de l'environnement  |
-

Le but est de promouvoir le développement durable comme une valeur fondamentale et de communiquer sur des thèmes pertinents. Génération M s'active dans les domaines suivants : la santé, la consommation, les collaborateurs, l'environnement et la société.

Par exemple, dans le domaine de l'environnement, Migros promet de récupérer et de recycler toutes les bouteilles en plastique dès la fin de l'année 2013, d'optimiser le remplissage des camions, de favoriser le transport par rail, etc.

Dans l'annexe n° 1, nous retrouvons quelques données sur l'état au 31 décembre 2012 des promesses effectuées par l'entreprise. La plupart de celles-ci sont en bonne voie de réalisation.

### **1.3.2 Qu'est-ce qu'un éco-geste ?**

L'éco-geste est le sujet principal de mon travail de Bachelor, c'est pourquoi il est nécessaire de définir ce terme. De plus, ayant plusieurs fois abordé ce thème avec mon entourage, j'ai pu constater que la plupart des personnes ne comprennent ou ne maîtrisent pas ce mot.

Pour commencer, le terme « éco-geste » contient deux mots qu'il faut décomposer. Le dictionnaire Larousse définit le mot « geste » comme il suit :

- Mouvement du corps, principalement de la main, des bras, de la tête
- Manière de mouvoir le corps, les membres, plus particulièrement les mains dans un but de manipulation
- Action remarquable qui frappe par sa générosité, sa noblesse, etc.

Le mot « éco » est un préfixe appartenant à l'écologie et à l'environnement, qui est défini de cette façon :

- Relations des êtres vivants avec leur environnement et les autres êtres vivants
- Protection de la nature et de l'environnement
- Économie

Donc, un éco-geste, est un geste banal que l'on réalise facilement dans sa vie quotidienne, de manière habituelle et même parfois automatiquement. Il va prendre en considération notre empreinte écologique ainsi que les dimensions du développement durable. Par exemple : fermer le robinet lorsque l'on se lave les dents, éteindre la lumière des pièces inoccupées ou encore trier ses déchets.

Le terme éco-geste inclut également les termes d'éco-responsabilité<sup>8</sup> et d'éco-citoyenneté<sup>9</sup>.

### 1.3.3 Les éco-gestes établis chez Migros

#### 1.3.3.1 Dans les magasins

La Migros a déjà entrepris un certain nombre de bonnes pratiques afin d'améliorer son engagement envers l'environnement. Depuis plusieurs années maintenant, lors du passage en caisse, les sacs plastiques ne sont plus distribués sauf exception (pour les produits congelés ou le poisson). Les clients ont la possibilité d'acheter des sacs en papier ou en plastique recyclable.

À la fin de l'année dernière, Migros a aménagé tous ses magasins afin qu'ils soient équipés d'un système de reprise de déchets. Les emballages vides et les produits hors d'usage peuvent être ramenés dans n'importe quel magasin en Suisse.



*La station de recyclage chez Migros Balexert*

Pour lutter contre le gaspillage alimentaire, la coopérative est devenue partenaire de l'association *Partage*. Les produits invendus, les surplus, la marchandise qui ne correspond pas à la qualité demandée ou encore des produits ayant quelques « marques » (par exemple : les fruits ou légumes), sont donnés chaque jour à l'association.

---

8 Être éco-responsable c'est : préserver l'environnement tout en modifiant son comportement au quotidien

9 C'est un terme qui signifie que les citoyens ont des droits et des devoirs envers la planète et son environnement

Ces denrées alimentaires peuvent être consommées gratuitement par les personnes qui sont dans le besoin. Avant ce partenariat, Migros jetait toute la nourriture à la poubelle.

### **1.3.3.2 Dans les bureaux**

À Genève, la centrale Migros se trouve à Carouge. Dans ces locaux se trouvent des cartons pour le recyclage des papiers ainsi que des poubelles pour les bouteilles PET.

Pour imprimer les documents, les employés privilégient la fonction recto-verso et les impressions sont effectuées en noir et blanc. Le papier utilisé est de 75 mg. Il est recyclé et labellisé par FSC.

Tous les jours, une équipe de nettoyeurs engagés par une entreprise externe vient s'occuper des locaux. Les produits utilisés ne sont nocifs ni pour la nature ni pour la santé.

En ce qui concerne le transport des marchandises, le train est privilégié. La centrale de la Migros étant stratégiquement située à proximité d'un raccordement direct au réseau ferroviaire. Dans le but d'agrandir son parc de véhicules de manière écologique, la coopérative a investi dans l'achat de trois véhicules ainsi que de plusieurs scooters tous électriques. Les véhicules sont renouvelés assez rapidement pour bénéficier de la dernière technique et ainsi répondre aux normes environnementales strictes. Des vélos sont également à la disposition des employés lorsqu'un déplacement est nécessaire. Les visioconférences et téléconférences sont favorisées pour limiter le nombre de voyages d'affaires.

## **2. Étude de terrain**

### **2.1 La grande distribution**

Depuis de nombreuses années, la Suisse vit de grands changements au niveau de la grande distribution. Les consommateurs ont modifié leurs comportements d'achats et se sentent plus concernés envers l'environnement. Ils ont pris conscience de l'impact de leurs achats sur leur santé. Au fil du temps, ils sont devenus des acteurs de la consommation positive. Les enseignes l'ont compris et ont choisi de s'engager et de mettre en place des actions concrètes dans le domaine du développement durable.

La consommation positive se définit comme il suit :

*« Vouloir des produits écologiques, sains et éthiques, montre que consommer ne signifie plus uniquement acheter. Actuellement, un grand nombre de consommateurs se préoccupent de leur consommation de la planète, de bien-être, de santé, d'engagement social et d'éthique. La consommation positive s'applique à cinq niveaux : écologie, éthique, sociale, bien-être et santé. »*

*(Consoglobe 2009)*

### **2.2 Faire ses courses écologiquement**

« Faire ses courses » est un passage nécessaire pour tous, que cela soit quotidiennement ou moins fréquemment. Aujourd'hui, les courses peuvent se faire de plusieurs façons différentes : par le biais d'Internet notamment avec la plateforme LeShop appartenant à Migros, directement chez les agriculteurs ou dans les magasins. Se rendre dans un établissement pour faire ses achats est tout de même la variante la plus classique et la plus utilisée. Lors de ce processus, nous pouvons observer qu'une partie des consommateurs sont soucieux de l'environnement et utilisent quelques éco-gestes à bon escient.

Le tableau ci-dessous présente des éco-gestes applicables lors des courses et du passage en caisse.

**Tableau 1**  
**Éco-gestes au supermarché**

<i>Les éco-gestes au supermarché</i>	
Acheter des fruits et des légumes de saison	Trier les emballages et les ramener au magasin
Acheter des produits locaux	Regarder la composition des produits
Acheter des produits en vrac	Privilégier les produits bio et labellisés
Éviter les produits avec trop d'emballages	Vérifier la provenance des produits
Refuser les sacs jetables	Respecter la chaîne du froid

## **2.3 Entreprises suisses pratiquant les éco-gestes**

### **2.3.1 L'État de Genève**

La charte Ambition Négawatt est un accord entre l'État de Genève et les Services Industriels de Genève (SIG) visant à réduire la consommation énergétique de l'administration cantonale. Pour atteindre ces objectifs, le Système de Management Environnemental (SME) de l'État de Genève a mis en place des « Semaines Énergie » qui sont organisées dans les bâtiments de l'administration.



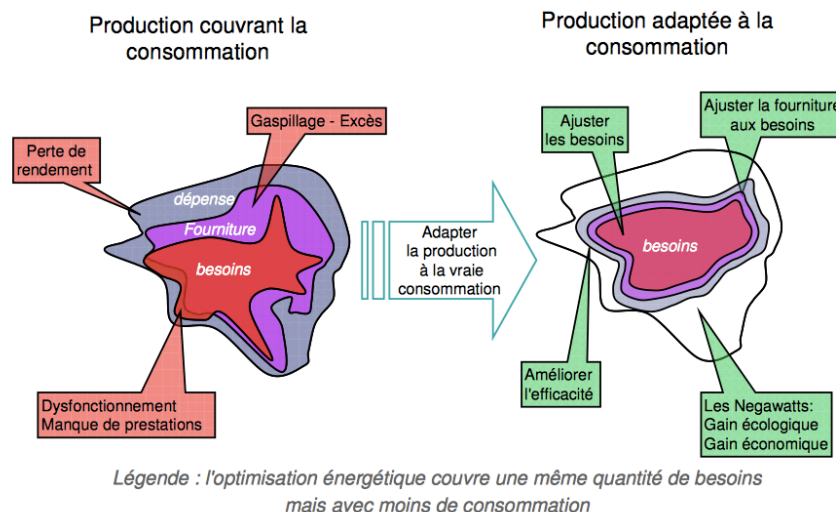
Source : <http://ge.ch/sme>

La première Semaine Énergie a eu lieu en mars 2013 dans les bâtiments qui abritent la Direction Générale des Systèmes de l'Information (DGSI) et le Service Santé Jeunesse (SSJ) qui se trouvent dans le quartier Grand-Pré à Genève.

Durant cette semaine, les 400 collaborateurs ont été sensibilisés aux éco-gestes à travers de l'information, des conférences, des films, etc. Les employés ont joué le jeu et à la fin de la semaine la consommation d'énergie des bâtiments a été réduite de 19%.



De plus, les collaborateurs ont été sensibilisés à accomplir des éco-gestes, avant la Semaine Energie ils étaient 65% à en faire, contre 84% après la Semaine Energie, soit 19% de plus. Cette semaine a été un véritable succès et va être réitérée prochainement dans d'autres bâtiments de l'État.



Source : <http://ge.ch/sme/actions-de-sensibilisation/semaines-energie>

Dans l'annexe numéro 3, se trouve en image la liste de tous les éco-gestes auxquels les fonctionnaires ont été sensibilisés durant cette semaine.

L'Etat de Genève en collaboration avec l'Association des communes genevoises et de l'Unité de développement durable de l'Etat de Vaud, ont réalisé le document suivant : « Guide des achats professionnels responsables ». Ce dossier a pour but de fournir des outils aux entreprises publiques ou privées qui souhaitent mettre en place une politique d'achat durable. Ce guide m'a été donné lors de l'intervention de Madame DEBIOLD, responsable des achats durables au service cantonal du développement durable, dans le cadre de mon option majeure à l'HEG.

### 2.3.2 Les Services Industriels de Genève (SIG)

Entreprise de service public engagée au service de la collectivité genevoise, les SIG offrent des prestations permanentes et accessibles à près de 250'000 clients sur Genève et sa région. À travers le programme Eco21, les SIG ont pour objectif de réaliser une économie d'électricité de 150 GWh/an (équivalent de la consommation d'environ 50'000 ménages).

C'est avec l'aide et l'engagement des habitants de la région que ces économies pourront être faites, c'est pourquoi l'entreprise informe les Genevois à travers diverses informations, conférences et prospectus. Les SIG proposent des « gestes malins en matière d'électricité » pour ceux qui désirent modifier leurs comportements à la maison.

Pour les plus motivés, Activéco habitat est disponible. Il s'agit d'un projet qui permet de surveiller de près sa consommation d'électricité, de comparer sa consommation avec celles des autres foyers et de profiter de conseils et de divers rabais sur du matériel.

## **2.4 Les supermarchés qui soutiennent le développement durable**

On note depuis quelques années un fort engouement pour le développement durable et les produits bio, c'est un thème qui est à la « mode ». Dans la grande distribution, on observe une vulgarisation des rayons avec des produits issus de l'agriculture biologique. De plus, un grand nombre de magasins bio ont vu le jour. Prenons exemple de nos voisins français, aujourd'hui, on trouve un peu partout ce type d'enseignes, avec des filiales telles que : BioCoop ou Naturalia. Il y a en France environ 2'000 magasins spécialisés avec environ une trentaine de nouveaux magasins par année. C'est dans la capitale que l'on retrouve la plus forte concentration d'épiceries spécialisées.

Les paragraphes suivants sont consacrés à la présentation de quelques types de supermarchés présents dans le monde. Selon moi, ces magasins méritent d'être analysés.

### **2.4.1 Supermarché coopératif**

La Park Slope Food Coop (PSFC) est un supermarché coopératif alimentaire comprenant environ 16'000 membres. Il est situé dans le quartier de Brooklyn à New York, depuis 1973.

Pour pouvoir y acheter des aliments, il faut obligatoirement être adhérent à la coopérative. Pour devenir membre, il y a deux conditions, travailler gratuitement durant 2h45 chaque mois et payer une cotisation annuelle de 25 dollars. Le règlement indique qu'il n'est pas possible de vivre en ménage avec une personne non membre de la coopérative. De ce fait, dans une famille chaque personne âgée de plus de 18 ans doit obligatoirement y travailler.

En échange de ses engagements, chaque adhérent peut faire ses courses dans le magasin. La PSFC propose une grande variété de produits de qualités, respectueux de l'environnement et dont les prix sont relativement plus bas que chez la concurrence. Afin de soutenir l'économie régionale, le magasin s'est engagé à se fournir dans un rayon de 800 kilomètres au maximum.

Depuis, d'autres supermarchés à travers le monde se sont inspirés de la Park Slope Food Coop. En Angleterre par exemple, The People's Supermarket, fonctionne plus ou moins de la même façon, une cotisation annuelle de 25 £ livres est nécessaire ainsi qu'un travail mensuel de 4 heures. Les membres bénéficient de 10% de réduction sur tout le magasin. La particularité de ce supermarché est la gestion des déchets. Le local a été équipé de cuisines qui permettent de préparer les aliments invendus. Les plats sont ensuite mis en vente dans le magasin. Si 48 heures plus tard ils n'ont pas trouvé preneur alors les membres et le personnel peuvent se servir et les emporter à la maison. Si personne n'en veut au bout de 24 heures, la nourriture est offerte à une association caritative. Lorsqu'un problème de fraîcheur survient, les plats sont jetés au compost où poussent les plantes qui sont ensuite vendues dans le supermarché.

C'est dans cette perspective que deux Américains vivant en France ont eu l'idée de lancer un supermarché coopératif à Paris nommé La Louve. L'ouverture est prévue pour juin 2015.

#### **2.4.2 Supermarché zéro emballage**

Deux femmes ont pour intention de lancer un nouveau type de supermarché à Berlin. Un magasin sans emballage. Les produits vendus chez Original Unverpackt seront stockés dans de grands récipients et vendus au poids. Les clients pourront apporter leurs propres récipients pour acheter les produits ou s'en procurer sur place. Des sacs en papier recyclé seront également mis à disposition.

Les fondatrices se sont basées sur la pratique du « precycling »<sup>10</sup> plutôt que du « recycling ».

D'autres projets de ce type ont déjà vu le jour, comme à Londres, mais après six années d'exploitation le site a fermé dû à un manque de rentabilité. À Vienne, une épicerie a été créée en ce début d'année.

Avec l'aide d'un site de crowdfunding<sup>11</sup>, KissKissBankBank, deux jeunes Français ont réussi à récolter les fonds nécessaires pour ouvrir un magasin sans déchets à Bordeaux.



1) J'apporte mes propres contenants



2) Si j'oublie je peux me fournir en contenants réutilisables sur place



3) Je choisis la quantité exacte du produit dont j'ai envie



4) Je pèse et je paie au comptoir



5) Je rapporte le tout à la maison



6) Quand j'ai fini je reviens et je recharge mon contenant !

### 2.4.3 Supermarché construit dans un objectif écologique

L'entreprise anglaise Sainsbury's a ouvert en août 2012. Le supermarché le plus durable construit à ce jour.

Le magasin a été entièrement conçu avec des matériaux certifiés ou recyclés : panneaux solaires, éclairage LED, eau de pluie pour alimenter l'eau des toilettes, deux points de recharge pour les voitures électriques, ce ne sont que quelques exemples de l'aménagement de ce magasin. Par ailleurs, la firme a reçu une récompense du Sustain Magazine.

<sup>10</sup> « Precycling » : pratique qui consiste à réduire les déchets en évitant d'apporter des éléments qui génèrent des déchets)

<sup>11</sup> C'est un financement participatif de projets via un grand nombre de personnes, chacune apportant une petite somme d'argent.

## **2.5 Rencontre avec des individus internes à l'entreprise**

### **2.5.1 Rendez-vous avec M. MOLIN, chef de Migros Champel**

Avant de commencer l'élaboration de mes questionnaires, j'ai pensé qu'il était plus intéressant de m'entretenir avec différentes personnes travaillant chez Migros.

C'est donc durant le courant du mois de janvier que je me suis entretenue avec Monsieur Jacques MOLIN, gérant du magasin Migros Champel et également mon responsable. Je lui ai brièvement expliqué la nature de mon travail, il s'est aussitôt montré très intéressé par le sujet et nous avons ainsi débuté ce rendez-vous d'environ une vingtaine de minutes.

Durant sa carrière chez Migros, Monsieur MOLIN a dirigé plusieurs magasins. Il a pu observer les clients dans leurs comportements d'achat. Selon lui, le plus difficile c'est : « l'acceptation des clients envers des méthodes plus durables de la part de Migros ». En effet, lors de l'installation des stations de récupération des déchets dans le magasin de Champel, les clients ramenaient leurs bouteilles vides et autres déchets, mais au lieu de les déposer dans les poubelles adéquates, ceux-ci laissaient les sacs devant les poubelles sans s'occuper de trier. C'était donc le personnel qui devait s'en occuper.

Durant cet entretien, nous avons également discuté d'un article paru quelques jours auparavant dans le journal « Le Matin ». En annexe se trouve une copie de l'article datant du 11 janvier 2014. Il est mentionné que les cabas en papier que propose la Migros ne sont pas recyclables, principalement à cause des imperméabilisants utilisés. Au final, les sacs en papier sont plus polluants que les sacs en plastique que l'entreprise a arrêté de distribuer. (Il faut savoir que pour que les cabas en papier deviennent rentables ils doivent être utilisés au moins cinq fois.)

Ensemble nous avons déduit que l'entreprise devrait mettre en avant l'achat des cabas en plastique recyclable à CHF 2.- ou prévenir le client que les sacs papier doivent être utilisés plusieurs fois et qu'ils ne peuvent être recyclés. Le mercredi, jour de collecte du papier à Genève, nous pouvons observer que beaucoup de personnes mettent leurs papiers dans les cabas de la Migros pour qu'ils soient ensuite recyclés. Nous pouvons donc en conclure que les individus sont mal renseignés sur le sujet.

Finalement, avant que le rendez-vous ne se termine, M. MOLIN m'a vivement conseillé de m'entretenir avec Madame GISLER, responsable juridique et du développement durable à la centrale Migros. Il m'a donné ses coordonnées et s'est montré enclin à m'aider pour la continuité de mon travail.

### **2.5.2 Rendez-vous avec Mme GISLER, responsable développement durable**

J'ai rencontré Mme GISLER le 29 janvier 2014 à la centrale de Carouge, notre rendez-vous a duré plus d'une heure. Notre conversation a principalement porté sur les actions menées par Migros en 2013 et sur les opérations de mises en place pour le futur.

Chaque année, l'entreprise définit plusieurs objectifs à mettre en place pour améliorer l'écologie. En 2013 ils étaient les suivants :

- diminuer la consommation d'énergie des magasins
- mieux gérer la chaîne du froid
- mettre en place un système de récupération des déchets dans les magasins
- sensibiliser les consommateurs pour la lutte du gaspillage alimentaire
- préserver les mers

Malheureusement, seuls les trois premiers ont été réalisés. C'est pourquoi Migros va tenter de les achever pour cette nouvelle année. Madame GISLER, m'a également parlé des trois opérations de développement durable avec divers partenaires en 2014.

La première initiative est en collaboration avec l'État de Genève pour améliorer la santé des Genevois. Le plomb, l'amiante et le PCB<sup>12</sup> sont des substances encore présentes dans les matériaux de construction, bien qu'interdits en Suisse. Les bricoleurs du dimanche et les professionnels sont les plus concernés. Pour entreprendre ces rénovations sans danger, des professionnels seront mis à disposition pour toutes les questions des clients. Plusieurs dates sont agencées à MParc la Praille.

---

<sup>12</sup> Les polychlorobiphényles sont des huiles toxiques qui ne sont pas biodégradables.  
Source : <http://www.travaux-sans-danger.ch/fr/home>

La deuxième résolution se repose sur un partenariat avec les SIG. Les deux entreprises contribuent à inciter les personnes à opter pour des ampoules LED. Les prix des ampoules vont être diminués pendant un certain laps de temps pour inciter les clients à préférer les lampes LED.

Pour finir, la troisième collaboration est avec l'association Terre des Hommes.

Cette opération qui aura lieu entre le mois de juin et juillet 2014, consiste à récupérer les anciens téléphones portables que les personnes n'utilisent plus et les revendre à des prix relativement bas aux pays en voie de développement. Migros s'engage à donner le double de la somme ces ventes.

Durant cet entretien, nous avons abordé encore bien d'autres sujets. Madame GISLER m'a ensuite donné quelques brochures et s'est dite disponible pour moi si j'avais besoin d'autres informations. Cette rencontre a été très enrichissante et m'a permis d'approfondir quelques aspects, d'avoir des informations inédites ainsi qu'un point de vue professionnel.

## **2.6 Méthodologie**

Je vais à présent détailler les étapes qui ont été nécessaires pour la réalisation de l'étude qualitative.

### **2.6.1 Les entretiens**

#### **2.6.1.1 *La cible de l'étude***

Tout d'abord, je dois identifier quelles sont les personnes que je souhaite interroger afin d'avoir une représentation objective. Il me faut des personnes extérieures à Migros, celles-ci doivent connaître l'entreprise et y faire leurs courses au moins de temps à autre, idéalement des clients récurrents. Dans le but d'obtenir des résultats d'un point de vue interne, j'ai décidé de prendre en compte quelques employés de la coopérative.

Il y aura deux questionnaires distincts, un pour les clients et un autre pour les employés. Le premier groupe de sondés est hétérogène. Il est composé de personnes de différents sexes, âges, de formations et de nationalités. En ce qui concerne le deuxième groupe, je vais me concentrer sur des employés Migros.

Suite à un entretien avec Monsieur Emmanuel FRAGNIERE, il m'a vivement conseillé d'interroger également quelques experts sur le développement durable.

#### **2.6.1.2 *L'échantillon***

Pour déterminer l'échantillon, je vais me concentrer sur mon réseau personnel, mais aussi, sur d'autres clients si ceux-ci acceptent d'être interviewés. Pour la partie collaborateurs, je vais pouvoir m'entretenir avec mes connaissances et mes collègues de travail et ainsi mieux cerner leurs comportements à l'interne. Par ailleurs, si besoin est, je pourrais également sonder les employés de la Migros qui se trouvent dans mon quartier.

Pour les experts, je me suis servie de mes contacts à la Haute École de Gestion, c'est ainsi que j'ai pu obtenir des rendez-vous. Pour une question de confidentialité, leurs noms ne sont pas mentionnés dans mon travail.



### **2.6.1.3 Interviews semi-directives**

Pour cette partie, je me suis aidée du livre : «L'étude de marché en pratique, méthodes et applications», écrit par des professeurs de l'HEG. Après une première lecture, j'ai décidé, pour mon enquête de m'orienter vers des entretiens de type « semi-directif ».

Ce choix me semble plus judicieux que les questionnaires via Internet, car ainsi je peux avoir un véritable dialogue avec les personnes interrogées, les observer, reformuler les questions si besoin et ainsi obtenir un échange de qualité et parvenir à l'obtention de réponses intéressantes. L'avantage avec un questionnaire qualitatif c'est qu'il permet de comprendre les comportements des personnes et leurs attitudes.

La particularité des entretiens semi-directifs est la grille d'entretien. En effet, avant les interviews, il faut rédiger ce guide qui sera utile tout au long des entretiens, faisant également office de « pense-bête » et comportant la liste des thèmes principaux que je souhaite aborder. Lors de la réalisation de celle-ci, j'ai procédé par axes de recherches afin de poser plus ou moins une question par thème.

Les thématiques sont légèrement différentes entre les clients et les employés, celles que j'ai retenues sont :

- Perception sur le développement durable
- L'information générale de la personne quant au thème
- Les gestes effectués quotidiennement pour le développement durable (éco-gestes)
- Les gestes effectués quotidiennement pour le développement durable au poste de travail (éco-gestes)
- Les comportements d'achats
- La mobilité des collaborateurs pour se rendre au travail
- Idées concernant les actions de sensibilisation de la part de Migros
- Efforts personnels

Au final, la grille d'entretien pour les clients comprend six questions et sept questions pour les employés.

### **2.6.1.4 Conduite d'entretien**

Avant les entretiens, j'ai préparé minutieusement mes affaires. J'ai emporté avec moi une montre afin d'être sûre de ne pas dépasser le temps prévu.

La grille d'entretien, préalablement expérimentée avec les membres de ma famille pour être sûre qu'elle soit cohérente. Et, bien évidemment un stylo et un bloc de feuilles pour la prise de notes.

Les entretiens ont été pour la plupart réalisés dans des lieux publics. J'ai débuté chaque interview en rappelant le thème abordé et les objectifs. J'ai également tenu à rappeler que les questionnaires étaient totalement confidentiels et uniquement utilisés pour mon travail de Bachelor. Aucun entretien n'a été enregistré. Pour la prise de note, j'ai utilisé la méthode classique<sup>13</sup>.

J'ai commencé chaque rencontre par une question introductive générale : « Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ? » J'ai posé, je pense, des questions claires en utilisant un vocabulaire simple. Pour une question de compréhension ou pour développer les réponses des interlocuteurs, j'ai, parfois, dû reformuler les questions ou demander plus d'informations sous forme d'exemples.

Pour ne pas biaiser les réponses, je suis restée neutre et je n'ai pas aidé les personnes à répondre aux questions posées.

À la fin de chaque entretien, j'ai demandé quelques informations générales (questions personnelles) afin de créer une brève biographie de chaque interviewé.

Après chaque entrevue, j'ai retranscrit les rendez-vous sous forme de récit à la première personne, dans l'optique que le lecteur puisse « se mettre à la place » de l'interlocuteur. Dans la mesure du possible, les retranscriptions ont été réalisées les jours suivants.

## **2.7 Le Blueprint**

Dans cette partie, le service que propose Migros, plus précisément « faire ses courses » a été modélisé avec l'aide de l'outil suivant : le Blueprint. J'ai eu l'occasion de découvrir et de mettre en pratique le Blueprint durant les différents cours et options suivis à la HEG.

Un deuxième Blueprint a été créé dans le but de proposer quelques possibilités d'améliorations.

---

<sup>13</sup> La prise de note à la main

## 3. Analyse des résultats

### 3.1 Synthèse des résultats par question

Cette partie permet d'obtenir une vision d'ensemble des réponses récoltées lors du sondage et ainsi mettre en évidence les points d'améliorations possibles. La méthode utilisée pour cette étude est une analyse descriptive permettant de dresser une liste des idées et des perceptions de la part des personnes questionnées.

#### 3.1.1 Question 1

*Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?*

Pour cette première question, j'ai constaté que la majorité des personnes interrogées ont quelques notions de la signification du développement durable. Elles sont davantage informées sur l'aspect de l'impact environnemental. Pour la plupart des sondés, il s'agit de mettre en place diverses mesures et solutions dans le but de préserver la planète et ses ressources pour les générations futures. Cela à travers différentes actions quotidiennes telles que : le recyclage, faire attention aux énergies consommées, éviter le gaspillage, préserver les ressources naturelles, diminuer la pollution, favoriser les habits et objets de 2e main, etc.

J'ai reçu des réponses intéressantes et variées comme : « C'est la corrélation entre la satisfaction des besoins actuels tout en persévérant les générations futures. Concilier la société de consommation et le respect de l'environnement ». Ou encore, « Une vraie philosophie de vie », « C'est de vivre en harmonie avec la nature, de ne pas détruire ce que la planète nous prête et la respecter ».

Quelques personnes ont des connaissances approfondies sur la thématique. En effet, ils ont évoqué des termes tels que : le droit de l'homme et le commerce équitable. Une employée a évoqué le thème de santé et sécurité au travail.

Les experts quant à eux, parlent d'approche systémique, d'accords internationaux et de bonnes pratiques des affaires. Ils voient également cette thématique d'un œil un peu différent. Ils l'associent à leurs activités professionnelles et personnelles, en citant par exemple : « Pour moi, c'est un sujet d'étude, de recherche et d'enseignement qui fait appel à l'interdisciplinarité. C'est la clé de lecture de mes activités. »

Sur toutes les personnes interrogées, seule une cliente de Migros ne savait absolument pas ce que cette notion signifiait. Au final, on constate que les gens ont généralement quelques notions du développement durable.

### **3.1.2 Question 2**

*Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?*

Les individus ayant répondu par l'affirmative ont toujours jugé nécessaire d'ajouter que l'information est toujours nécessaire et doit être continue. Les clients se sentent informés notamment à travers le cursus scolaire, Internet, ou encore les livres. Du côté des collaborateurs, c'est plutôt avec les formations à l'interne de l'entreprise.

Certains ont remarqué dans leur entourage un manque de connaissance général du sujet. Ils l'expliquent par le manque de campagne d'informations concrètes et le manque de volonté. D'autres essaient de les inciter. Une employée Migros m'a dit : « J'essaie d'en parler à ma famille et à mes amis pour qu'ils soient plus attentifs, je les incite à faire quelques gestes faciles au quotidien pour le développement durable. » On remarque que le réseau, particulièrement l'entourage proche peut avoir un impact important dans certaines situations.

Les sondés ayant répondu par la négative pensent que personne n'est jamais suffisamment informé. Une cliente évoque qu'il faut souvent rechercher des informations par soi-même, un autre client mentionne qu'il n'est pas particulièrement intéressé par le sujet et qu'il ne tente pas d'acquérir plus d'informations.

Un client prétend que les entreprises ne souhaitent pas communiquer le véritable « coût » de l'énergie, il cite : « par exemple, si j'achète des fraises qui viennent d'Espagne personne ne communique réellement sur l'énergie qui doit être prise en compte pour la production, l'acheminement jusqu'en Suisse, l'emballage, etc. ». Un des experts pense que la presse n'informe que partiellement la population.

### **3.1.3 Question 3 (clients)**

*Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites au quotidien pour le développement durable ?*

La majorité des clients Migros pratiquent des éco-gestes quotidiennement. Principalement le tri des déchets (papier, verre, aluminium, piles, bouteilles PET). Ils attachent une attention particulière à la consommation d'eau et d'électricité. Par exemple, en fermant le robinet lorsqu'ils se lavent les dents ou se savonnent sous la douche, ils éteignent les lumières lorsqu'ils sortent d'une pièce. D'autres vont plus loin en ne laissant jamais les appareils en « stand-by » à la maison. Un des experts ne possède ni télévision, ni téléphone fixe, ni Internet à la maison.

En ce qui concerne la mobilité, les transports publics sont préférés à l'utilisation de la voiture. Lorsque le temps le permet ou qu'ils n'ont pas beaucoup de charges à porter, les personnes aiment se déplacer à pied ou à vélo. Une cliente partage une voiture avec une autre famille. Certains ont même renoncé à la possession d'une voiture. Les trois experts m'ont dit éviter les grands et longs voyages afin d'éviter les déplacements en avion. Au vu de réponses obtenues, il est clair que les gens favorisent la mobilité douce pour leurs déplacements. Il est plus rapide de se rendre d'un endroit à un autre notamment compte tenu du nombre de bouchons sur les routes genevoises. C'est également moins cher et ils n'ont plus de problème lié au manque de place de parking dans le canton.

Pour les impressions à domicile ou au travail, beaucoup impriment lorsque c'est vraiment nécessaire. Ils préfèrent le papier recyclé et les impressions recto verso. Une cliente m'a dit utiliser le verso des feuilles administratives comme feuilles de brouillons.

Une cliente et un expert ont la chance de posséder à la maison un jardin, où ils y plantent fruits et légumes tout au long de l'année. Bien que cela demande du travail et de l'investissement, ils jugent les produits de bien meilleur goût, biologiques et moins chers.

Au cours des entretiens, plusieurs clients m'ont dit faire attention aux produits ménagers qu'ils utilisent. Ils préfèrent acheter des produits écologiques voir les créer eux-mêmes. Une cliente cite : « J'utilise un liquide vaisselle écologique qui ne détruit pas l'écosystème. Lors du ménage, j'essaie dans la mesure du possible de fabriquer moi-même mes produits ménagers avec des aliments de tous les jours, comme le citron qui est très efficace. »

Les experts font quelques éco-gestes supplémentaires comme : la diminution de leurs consommations de viande, favorisant les réparations d'objets et en minimisant la quantité des produits achetés.

### **3.1.4 Question 3 (employés)**

*Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites au quotidien pour le développement durable à votre poste de travail ?*

Les éco-gestes au travail notamment à la caisse sont limités. Tous les employés y sont sensibles et tentent de faire au mieux dans leurs moyens. Quand un client change d'avis sur un produit frais ou congelé et qu'il décide de le laisser à la caisse, les collaborateurs essayent de les ranger au plus vite ou d'appeler quelqu'un du rayon pour le faire afin de ne pas briser la chaîne du froid. Chez Migros, les sacs plastiques ne sont plus disponibles depuis cinq ans, sauf pour quelques exceptions. Un employé dit : « Je ne donne pas de sacs plastiques, uniquement pour les produits surgelés ou qui peuvent « couler » comme le poulet rôti. Je demande d'abord aux clients s'ils en désirent ou non, car certains clients sont sensibles à ce sujet et ne désirent jamais de sacs ».

La plupart des collaborateurs interrogés veillent à éteindre les lumières lorsqu'ils sortent des vestiaires ou de la cuisine. Sur mon lieu de travail, à Migros Champel, il n'y a pas de détecteurs de présence pour la lumière. Le gérant a eu la bonne idée de mettre quelques affiches pour rappeler aux employés d'éteindre les lumières. Par ailleurs, une employée m'a expliqué que certains travailleurs arrivent très tôt pour amener et ranger la marchandise, le magasin ouvre à 8 h et c'est seulement à ce moment-là que toutes les lumières sont allumées, auparavant une lampe sur deux est opérationnelle.

Les employés doivent également trier les déchets comme le carton et le plastique. Ils doivent ranger les produits périmés ou défectueux dans les endroits prévus. Aujourd'hui, au service clients, les collaborateurs sont tenus de reprendre des objets pour ensuite les recycler tels que les ampoules, les piles ou des CD-Rom, ils s'occupent ensuite de les trier et de mettre les dans les cartons adéquats.

### 3.1.5 Question 4 (clients)

*Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achats ?*

Les comportements d'achat varient selon les clients. En effet, certains préparent des listes avant d'aller faire leurs courses afin de minimiser les quantités achetées, d'éviter le gaspillage alimentaire ou d'acheter par « coup de cœur ». D'autres achètent selon leurs envies, s'ils constatent des promotions intéressantes ils vont acheter plus de quantité pour pouvoir les stocker à la maison.

Les comportements d'achat varient également selon le budget alloué aux courses. Les personnes ayant un budget moins élevé préfèrent les produits de marques génériques tels que : M-Budget, ils font attention aux promotions de la semaine et achètent peu de produits biologiques ou labellisés. Pour les gens qui disposent d'un budget plus élevé, ils achètent plus facilement des produits bio, certifiés et locaux. Une autre catégorie de personnes est représentée, ils préfèrent acheter les produits de marques connues, car pour eux c'est synonyme de qualité et de bon goût.

Pour ce qui concerne la mobilité, les Genevois se rendent, pour la plupart, à pied ou en transports publics dans les magasins pour les courses quotidiennes. Ils ramènent généralement des sacs ou des caddies avec eux pour éviter d'acheter des sacs papier. Pour les plus grandes courses, lors d'achat d'objets lourds et lourds (matériaux de bricolage, meubles, etc.), la voiture est préférée. C'est également le cas pour des distances plus éloignées.

Pour les emballages, quelques clients m'ont dit qu'ils n'achetaient pas de produits sur emballés. Lorsque c'est le cas, ils laissent les emballages à la Migros après avoir payé leurs courses.

La chaîne du froid est respectée par les clients, l'un d'eux m'a dit : « Avant d'ouvrir la porte du congélateur, je regarde les produits et choisis celui dont j'ai besoin, c'est seulement ensuite que je me sers. Bien évidemment, je la referme immédiatement ». Un autre, m'a spécifié ramener des sacs spécialement conçus pour préserver le froid.

### **3.1.6 Question 4 (employés)**

*Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail ?*

Presque tous les collaborateurs que j'ai interrogés se rendent au travail en transports publics. Une employée habitant la campagne genevoise m'a dit devoir prendre la voiture, car les horaires de bus ne sont pas compatibles avec les siens, mais, elle dépose sa voiture dans un parking et prend ensuite le bus.

Une autre employée m'a dit posséder un abonnement de bus annuel, car la Migros en finance une partie. Par ailleurs, elle trouve que c'est une bonne initiative pour inciter les collaborateurs à prendre le bus plutôt que la voiture.

Un collaborateur m'a affirmé que si son lieu de travail était plus proche de chez lui il s'y rendrait volontiers à pied surtout par les jours de beau temps.

### **3.1.7 Question 5**

*Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à cette thématique ?*

Cette question a suscité beaucoup de réponses et de solutions variées, je vais donc présenter celles qui à mon avis sont le plus intéressantes.

Des journées d'informations avec des stands aménagés en présentant les avantages des produits biologiques, certifiés et locaux. Une employée cite : « Par exemple, expliquer la différence entre acheter des fraises d'Espagne et des fraises de Suisse en terme d'énergie, de carburant et de coût ». Distribuer des flyers à la caisse, mettre des affiches indiquant les fruits et légumes de saison dans les rayons adéquats.

Beaucoup de sondés ont proposé de récompenser les clients qui font des achats durables. Soit en leur offrant une ristourne sur ce type de produit ou alors en multipliant les points cumulus. Afin de ne pas créer de discrimination envers les familles n'ayant pas un budget suffisant pour acheter ces produits qui sont supérieurs en terme de prix. Un expert a proposé de récompenser les individus (clients et collaborateurs) qui appliquent des éco-gestes.

Toujours dans l'idée de gratifier les individus, plusieurs sondés ont proposé des concours.



La personne appliquant le plus d'éco-gestes gagne un voyage « équitable », elle devra par la suite, raconter et commenter son voyage sous forme d'article. Une interview des voyages pourrait être dans le Migros Magazine, cela pourrait inciter les lecteurs à faire ce type de voyage.

D'autres sondés ont proposé la distribution de cadeaux plus intelligents et écologiques que les megawin, minimania, nanos etc. Sous forme de fiches explicatives ou de jeux explicatifs pour les enfants

La Migros doit aussi faire des efforts, certaines personnes pensent que l'entreprise peut encore améliorer sa communication en développement durable. Pour commencer, renoncer à vendre des produits alimentaires venant de l'autre bout du monde, les produits contenant de l'huile de palme et autres composants dangereux pour la santé. La coopérative pourrait également renoncer à travailler avec certains fournisseurs et producteurs qui sur emballent leurs produits. Améliorer l'étiquetage, mettre en évidence une explication de recyclage sur tous les produits sans exception.

Un expert et une cliente pensent qu'il serait intéressant de créer un service de réparation chez Migros, un endroit où l'on puisse par exemple commander des pièces détachées. Promouvoir ce service pourrait modifier le comportement des gens, plutôt que d'acheter de nouveaux objets sous prétexte que quelque chose ne fonctionne plus, le faire réparer pour un prix convenable.

Du côté des collaborateurs, c'est l'aspect santé et sécurité au travail et les formations en interne qui se sont les plus attendus. Une employée m'a fait part d'une expérience qu'elle a vécue. Afin de promouvoir la santé au travail, Migros a offert aux employés une séance de massage par une professionnelle d'une durée de 15 minutes. De nombreux collaborateurs souffrant de problèmes de dos à cause aux lourdes charges à porter ou de devoir garder la position toute la journée (assise pour les caissières, debout pour les hôtesses au service client), ils ont réellement apprécié ce massage et les divers conseils de la professionnelle.

Il serait intéressant de développer d'autres campagnes de ce type pour les collaborateurs. D'autres salariés sont intéressés à suivre plus de réunions ou de formations en interne afin d'étendre leurs connaissances sur le sujet et ainsi renseigner au mieux les clients.

### **3.1.8 Question 6**

*Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?*

La plupart des sondés seraient d'accord de faire davantage d'efforts, mais sous certaines conditions comme :

- Que la Migros mette en place une communication qui permettrait de sensibiliser la clientèle
- Que les industriels fassent eux aussi des efforts
- Faire plus d'actions quotidiennes oui, mais pas si cela coûte plus d'argent

D'autres sont prêts à aller plus loin et s'engagent à faire des efforts tout de suite. Une cliente propose de mettre en place diverses actions ciblées : utiliser l'avion uniquement si c'est nécessaire, promouvoir l'approvisionnement de 2e main (matériel, vêtements, etc. ).

### **3.1.9 Question 7 (employés)**

*Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?*

Tous les employés ont répondu par l'affirmative à cette question dichotomique.

### **3.2 Pistes de réflexion**

Après avoir synthétisé les entretiens, j'ai noté quelques idées récurrentes de la part des interviewés. En effet, parmi tous ces entretiens beaucoup de personnes ont suggéré les mêmes idées.

Ceci m'a permis de proposer les trois pistes de réflexion suivantes qui seront expliquées dans les paragraphes qui suivent :

- Les gens sont plus enclins à pratiquer des éco-gestes s'ils reçoivent des récompenses
- L'entreprise se doit d'informer clairement la clientèle et les collaborateurs
- Migros doit montrer l'exemple par des actions concrètes

#### **1. Les gens sont plus enclins à pratiquer des éco-gestes s'ils reçoivent des récompenses**

La première piste de réflexion est celle qui me semble la plus intéressante. L'objectif serait que Migros récompense les gens par rapport aux actions qu'ils réalisent au quotidien pour le développement durable. Les personnes sont plus sensibles et font plus d'efforts si à la fin ils reçoivent une gratification quelconque. Par exemple, le « cadeau » le plus mentionné lors des interviews a été celui des points cumulus. Chaque action des clients serait suivie et récompensée par l'attribution de point cumulus, ou de multiplication de points, en fonction de la réduction de l'empreinte environnementale engendrée<sup>14</sup> et de la participation à des achats socialement équitables. D'autres types de récompenses pourraient être intéressantes comme : obtenir divers rabais à l'intérieur même du magasin, ou encore la participation à divers concours.

#### **2. L'entreprise se doit d'informer clairement la clientèle et les collaborateurs**

Selon moi, cette deuxième piste de réflexion peut se déployer à trois niveaux d'informations :

1. Mettre des informations concrètes et physiques dans les magasins
2. Continuer à former les employés et les apprentis au développement durable
3. Informer les clients sur la thématique

---

<sup>14</sup>      Calculateur d'empreinte écologique  
Source : [https://www.wwf.ch/fr/agir/vivre\\_mieux/calculateur\\_d empreinte/](https://www.wwf.ch/fr/agir/vivre_mieux/calculateur_d empreinte/)

Lorsque l'on attache une attention particulière aux magasins, on remarque un manque d'informations concrètes. Il serait judicieux d'améliorer l'espace dans les magasins en aménageant des panneaux concernant les produits de saison, afficher les informations directement sur les produits comme la provenance de tous les ingrédients, les conditions de travail des employés, une explication de pour recycler l'emballage, etc.

L'information à l'interne de l'entreprise est essentielle. La coopérative pourrait envisager de mettre en place plus de séances d'informations pour les collaborateurs. Pour les apprentis, il serait intéressant d'augmenter les heures de cours qui touchent à la thématique. Migros est l'un des plus grands employeurs de Suisse. Renseigner au mieux les employés ne peut être que bénéfique. Ils pourront ainsi modifier leurs comportements au quotidien, mais également leurs attitudes d'achats lorsqu'ils deviennent à leur tour clients. Ils pourront aussi apporter des modifications dans les comportements des clients et ceux de leur entourage.

Afin d'informer au mieux la clientèle sur les éco-gestes, il pourrait être envisageable de créer des journées d'informations et d'explications dans les magasins avec divers stands théoriques et pratiques pour les adultes et les enfants. Proposer des « trucs et astuces » afin de faciliter les actions quotidiennes pour que chaque individu y trouve son compte et puisse par la suite modifier son comportement à la maison et dans la vie de tous les jours. À travers une explication claire et simple, il est possible de faire passer un message aux clients et surtout de justifier les efforts demandés.

### **3. Migros doit montrer l'exemple par des actions concrètes**

Afin de montrer son engagement et son implication pour le développement durable, Migros doit faire plus d'efforts en mettant en place diverses actions concrètes. En tant que l'une des sociétés leaders dans le commerce de détail en Suisse, elle doit montrer l'exemple pour les clients en tant qu'entreprise. Certains clients se sentiront plus motivés et s'appliqueront davantage dans la pratique d'éco-gestes. Comme mentionné auparavant : « Pour commencer, renoncer à vendre des produits alimentaires venant de l'autre bout du monde, les produits contenant de l'huile de palme et autres composants dangereux pour la santé. La coopérative pourrait également renoncer à travailler avec certains fournisseurs et producteurs qui sur emballent leurs produits. »

Pour l'emballage des produits, prenons un exemple concret d'un produit vendu en magasin, les bananes baby. Il y a plus d'emballage que de fruits. Par ailleurs, à la caisse, beaucoup de clients m'ont déjà fait part de leur mécontentement vis-à-vis de cet emballage. Un effort pourrait être fait envers ce type d'article.



### ***3.3 Modélisation du service***

Avant tout, il me paraît essentiel de définir le terme Blueprint et surtout de comprendre à quoi il sert.

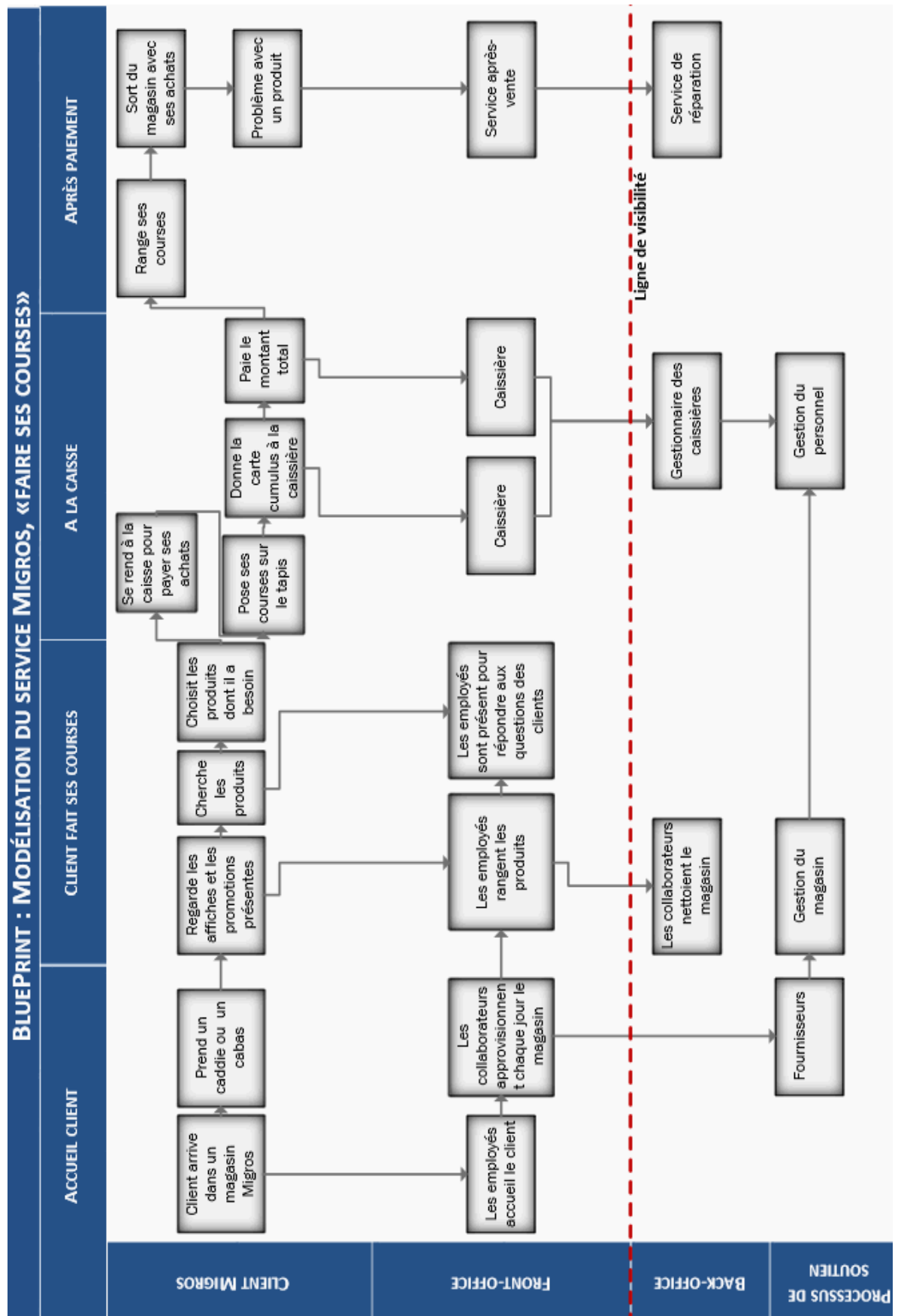
Les processus de services sont intangibles et donc difficiles à visualiser, le Blueprint est un outil qui permet une représentation schématique d'une expérience. Il comprend une matrice à double entrée, composée des étapes de vie du service et des interactions des différents acteurs. La matrice permet une description du processus par étapes, de visualiser les différentes relations présentes entre les clients, les employés en passant par le processus de soutien. Il offre également une distinction visible entre le front stage et le back stage, plus simplement : ce que les clients expérimentent et les activités qu'ils n'aperçoivent pas.

« Le Blueprint donne également aux responsables l'opportunité d'identifier les points faibles dans les processus susceptibles de nuire à la qualité du service. Cette connaissance leur permet d'élaborer des réponses aux risques encourus ou mettre au point des procédures de réparation (ou les deux) » (Lapert, Munos, 2009 : 45)

#### **3.3.1 Blueprint actuel**

Comme expliqué dans la méthodologie, pour la modélisation du service, j'ai utilisé l'outil Blueprint. Ci-dessous se trouve le premier Blueprint. Il modélise l'expérience que vit un client lorsqu'il fait ses courses, il permet également de décrire en détail l'expérience vécue dans un supermarché en énumérant toutes les étapes essentielles comme : l'entrée dans le magasin, le choix des produits, le passage en caisse, etc.

Figure 1  
Blueprint actuel



### 3.3.2 Le redesign du Blueprint

« Le redesign des processus de services s'impose lorsqu'ils vieillissent, ne conviennent plus et deviennent obsolètes pour la firme, mais aussi pour les clients. Cela ne signifie pas nécessairement que les processus ont été mal conçus au départ, mais que des changements technologiques, de nouveaux dispositifs, de nouvelles offres ou de nouvelles attentes de la part des clients remettent en question les processus préalablement établis. » (Lovelock, Wirtz, Lapert, Munos, 2008 : 266)

En mai 2013, Migros a lancé le premier programme Subito à Genève, à Migros Balexert. Cette plate-forme permet aux clients d'effectuer leurs achats à travers le « self-scanning »<sup>15</sup> et le « self-checkout »<sup>16</sup>. Aujourd'hui, Subito, est présent dans un grand nombre de magasins à Genève et à travers la Suisse.

Avec Subito, le service de Migros a été modifié, il a fallu créer un nouveau Blueprint incluant ce système. En effet, les clients entreprennent eux-mêmes le scanning de leurs articles et le paiement par carte bancaire. Ce système est également appelé SST (Self Service Technologies), il permet aux clients de produire un service en autonomie et sans avoir besoin de la présence d'employés, par exemple : les services via Internet ou les bancomat. Ce système a été de manière générale bien accueilli par la clientèle.

« Les SST présentent des avantages et des inconvénients. Au-delà des bénéfices tels que des économies de temps et d'argent, plus de flexibilité, de confort, de praticité et de personnalisation, les clients peuvent trouver cela amusant. Cependant, pour ceux qui ne sont pas familiarisés avec les SST, ces dernières peuvent être synonymes d'inquiétude et de stress. En effet, certains consommateurs conçoivent la rencontre de service comme une expérience sociale et préfèrent avoir affaire à des personnes, alors que d'autres cherchent à éviter les contacts, notamment s'ils ont une mauvaise image des employés de l'entreprise. » (Lovelock, Wirtz, Lapert, Munos, 2008 : 269, 270)

---

<sup>15</sup> Self-scanning : les clients scannent eux-mêmes leurs produits avec un scanner portable utilisable avec la carte cumulus. Ensuite, ils se rendent à une caisse spécialement conçue pour le paiement.

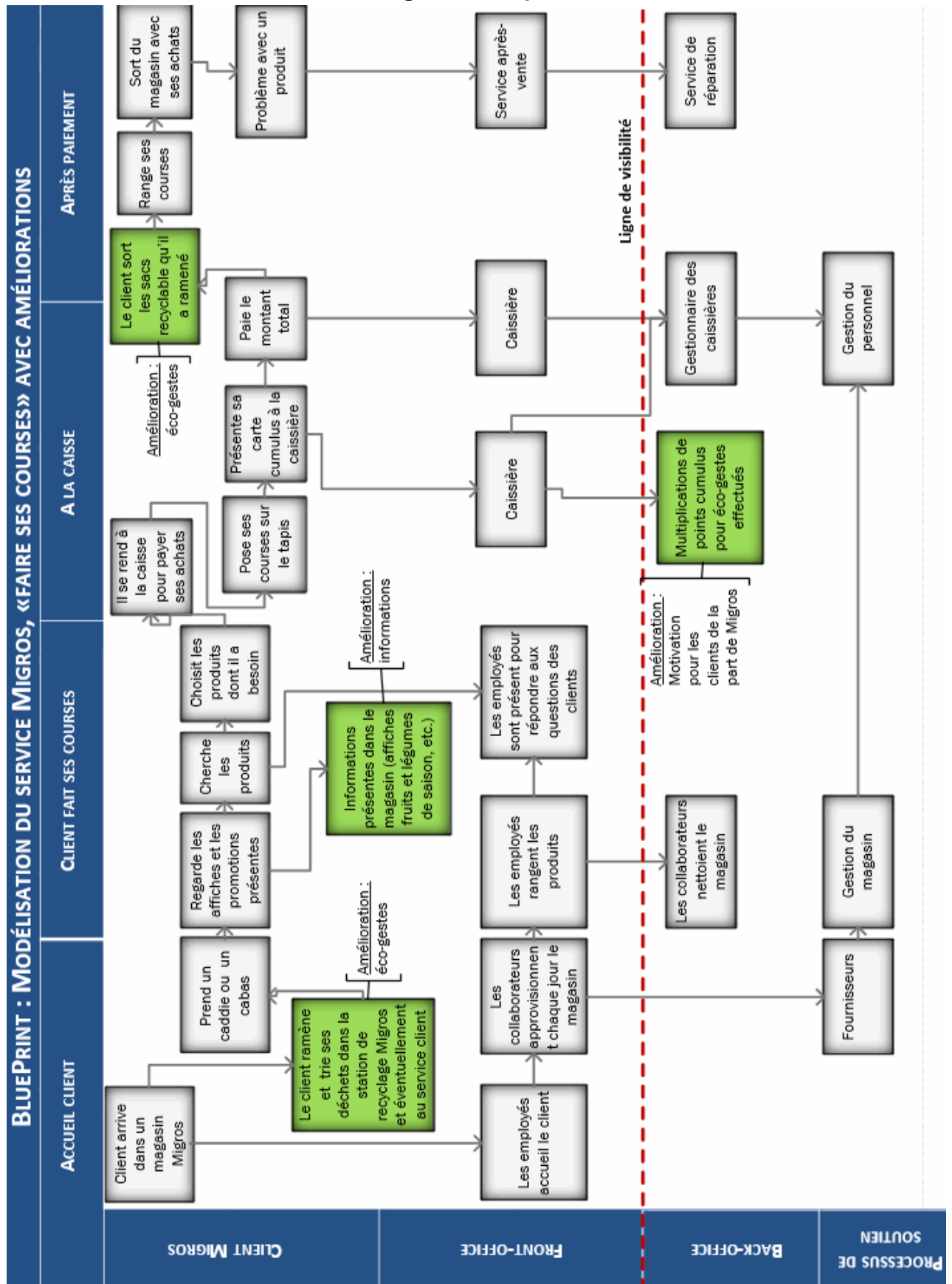
<sup>16</sup> Self-checkout : des caisses sont mises à disposition en libre-service avec des machines de paiement.

En étudiant de près le service existant en tant que cliente, mais aussi en tant qu'employée, j'ai constaté l'absence de processus au niveau du développement durable. Le redesign du processus du service Migros m'a paru essentiel, c'est pourquoi j'ai décidé de créer un deuxième Blueprint. Celui-ci est additionné de quelques points d'améliorations tirés des deux premières pistes de réflexion émises au point 5. Le nouveau Blueprint est présenté à la page suivante.



Figure 2

## Redesign du Blueprint



## 4. Recommandations

Migros est une entreprise très active dans le domaine du développement durable notamment à travers les différentes actions entreprises par la société. Toutefois, j'ai pu constater tout au long de mon travail et également grâce aux diverses réponses des interviewés qu'il y a encore de nombreux points d'améliorations possibles.

Bien que quelques idées de progrès aient déjà été émises dans le redesign du Blueprint, je vais à présent en exposer trois autres.

### **4.1 Recommandation n° 1**

L'information à l'interne de Migros est essentielle, les collaborateurs doivent se sentir suffisamment renseignés sur la thématique et disposer d'outils qui leur permettent de pratiquer des éco-gestes.

C'est pourquoi je recommande de mettre en place les points suivants :

- Davantage de séances d'information et de sensibilisation en interne pour tous les employés.
- En plus des formations classiques, prévoir des séances d'information traitant sur le gaspillage alimentaire.
- Présenter des faits et des chiffres.
- Proposer aux apprentis des heures de cours qui touchent à la thématique du développement durable.
- Mettre des informations visibles au sein des magasins, dans les cuisines ou les vestiaires du personnel. Par exemple : des affiches pour rappeler d'éteindre les lumières lorsqu'on sort d'une pièce.
- L'introduction d'un guide pratique d'éco-gestes pour conseiller au mieux les employés. Il serait intéressant de décomposer le guide en plusieurs parties tenant compte des différents secteurs de travail chez Migros, dans les bureaux administratifs, les restaurants, mais aussi dans les magasins : le secteur alimentaire, les produits frais, les caisses, etc.

- Mettre en place un système de covoiturage par magasin ou quartier à Genève. J'ai remarqué que beaucoup d'employés Migros vivent en France, ils doivent donc se rendre au travail en voiture. Malheureusement, ils rencontrent beaucoup de difficultés pour parquer leurs voitures et subissent de nombreux embouteillages quotidiennement. Ce simple système permettrait la diminution de la pollution et de l'émission des gaz à effet de serre, mais aussi, la diminution de consommation d'énergie non renouvelable (dans le cas présent, le pétrole). De plus, cela engendrerait peut-être plus d'affinité et d'entente entre le personnel.

## **4.2 Recommandation n° 2**

Cette deuxième recommandation est axée sur la clientèle de Migros contrairement à la première qui était par rapport aux collaborateurs. La clientèle est bien entendue un facteur vital, la coopérative se doit de tout mettre en œuvre pour satisfaire à chaque moment les besoins des consommateurs.

Le développement durable est un sujet d'actualité et à la « mode », on remarque une envie grandissante de la part des consommateurs de faire des efforts, selon le temps ou l'argent à disposition. Mais, beaucoup pensent que les entreprises doivent d'abord montrer l'exemple. Bien que Migros ait déjà mis en place énormément de projets liés au développement durable, il y a évidemment toujours plus d'actions à mener.

Afin de soutenir au mieux sa clientèle, voici quelques idées :

- Informer et offrir des réponses aux clients
- Mettre des informations visibles et claires dans les magasins
- Réduire les emballages de tous les produits et pas uniquement ceux des produits labellisés
- Limiter l'huile de palme dans l'alimentation voir supprimer les produits qui en contiennent
- Proposer les produits bio en vrac
- Proposer également d'autres produits en vrac comme les céréales, les pâtes, le riz, etc.
- Participer à la promotion de la santé en augmentant le nombre de produits dans les lignes sans gluten et sans lactose

### **4.3 Recommandation n° 3**

Comme déjà mentionnée, la piste de réflexion suivante m'a semblé la plus intéressante : « Les gens sont plus enclins à pratiquer des éco-gestes s'ils reçoivent des récompenses ». C'est à partir de cela que j'ai imaginé cette troisième recommandation un peu plus recherchée.

À l'aide du logiciel Visio et du deuxième Blueprint, j'ai dessiné un plan détaillé de Migros Champel en y indiquant tous les rayons et les points importants du magasin. Ce plan a été créé dans le but de concevoir un parcours spécifiquement basé sur les éco-gestes dans un supermarché pour les clients.

J'ai également créé un exemple de «flyer», disponible à la page suivante, que Migros pourrait réaliser. Ceux-ci pourraient être distribués aux clients à l'entrée du magasin. Ce flyer a pour but de fournir quelques conseils et recommandations à suivre tout au long du processus de service.

Pour que ce parcours fonctionne intégralement, il m'a paru essentiel d'y insérer la carte cumulus afin de gratifier les clients sous forme de multiplications de points ou de rabais. Par exemple : le client ramène des déchets au magasin dans la station de recyclage, il peut s'il le désire, insérer sa carte cumulus dans la machine. Ainsi, il peut recevoir des points selon la quantité de déchets ramenés. Tout au long du processus, le client a la possibilité de pratiquer une grande quantité d'éco-gestes. Au final, il recevra des récompenses selon les éco-gestes qu'il aura pratiqués.

La communication du parcours éco-gestes est primordiale, la coopérative pourrait réaliser une campagne publicitaire sur sa page Internet, sur les réseaux sociaux (notamment la page Facebook) et publiés des articles sur le Migros Magazine. Afin de susciter un intérêt chez les consommateurs, un concours pourrait être envisagé. Par exemple, la personne qui effectue le plus d'éco-gestes dans un laps de temps donné gagne un panier de produits locaux. Le concours permettrait d'habituer les clients à accomplir plus d'éco-gestes quotidiennement. L'entreprise peut éventuellement créer plusieurs concours avec divers gains à la clé pour captiver les consommateurs.

Afin de permettre une meilleure visualisation, le plan du parcours éco-gestes se trouve à la page numéro 45.

#### 4.3.1 Flyer



## DES COURSES RESPONSABLES

www.migros.ch














Migros vous recommande de:




















- Ramenez vos déchets à la station de recyclage
- Faites vos courses à pied, à vélo ou en TPG
- Choisissez des produits avec peu d'emballage
- Consommez responsable et équilibré



FRUITS & LÉGUMES

### Préférez des produits locaux, bio et de saison!

Fruits	AUTOMNE	HIVER	PRINTEMPS	ÉTÉ
Pomme				
Poire				
Orange				
Fraise				
Abricot				
Cerise				

Légumes	AUTOMNE	HIVER	PRINTEMPS	ÉTÉ
Courgette				
Carotte				
Patate				
Haricot				
Poireau				
Aubergine				

### PRÉFÉREZ

Crevette grise	Atlantique
Saumon	Pacifique Nord
Truite	Europe
Moule	France
Merlu blanc	Afrique du Sud
Maquereau	Atlantique Nord Est
Cabillaud	Pacifique Nord




### ÉVITEZ

Dorade rose	Atlantique Nord Est
Saumon	Atlantique Nord
Thon rouge	Méditerranée
Merlu	Atlantique Nord Est
Cabillaud	Atlantique Nord
Flétan	Atlantique Nord
Sole	Atlantique Nord Est

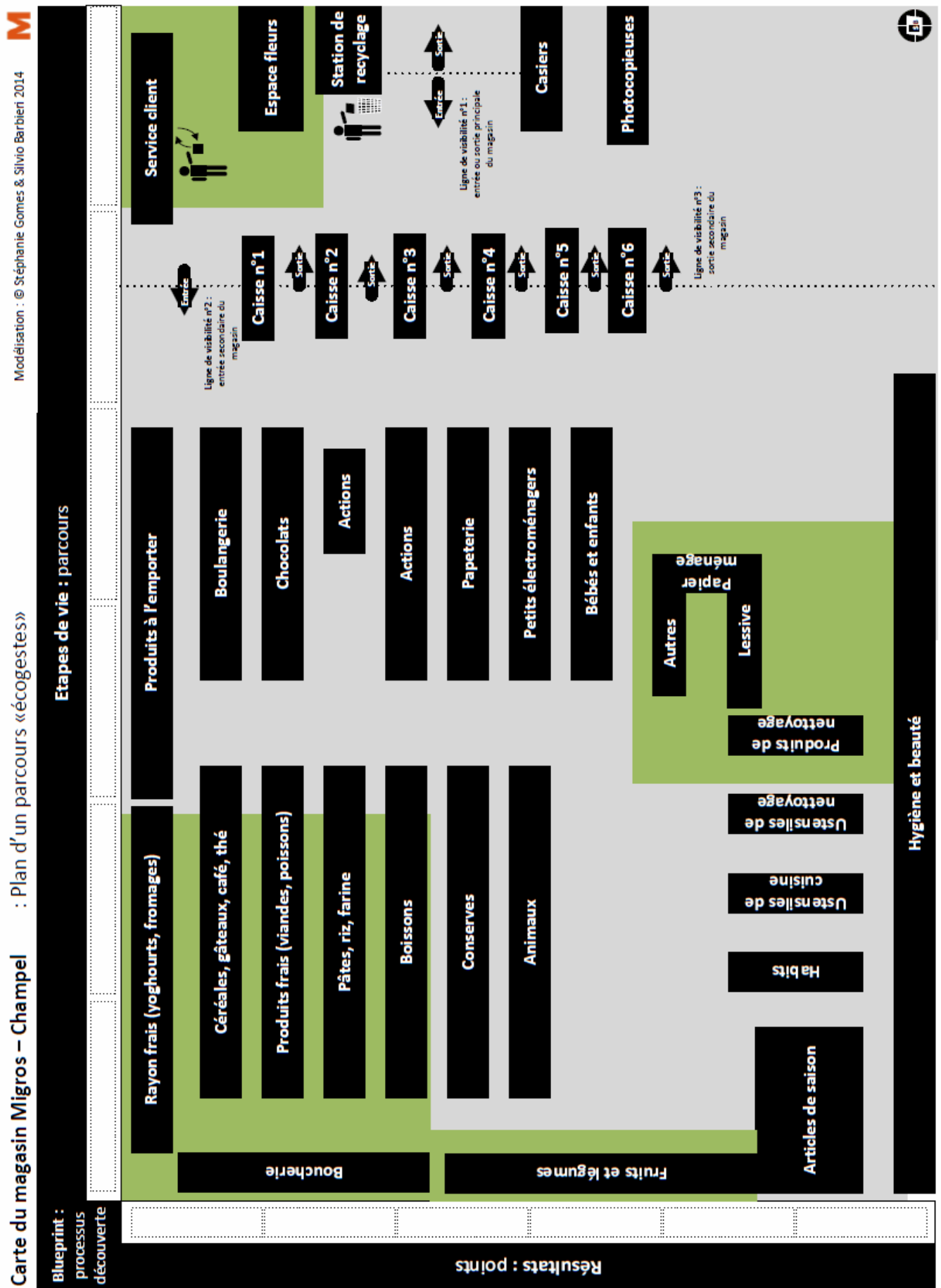
*Préférez des poissons issus de la pêche durable ou d'élevages bio!*

BOUCHERIE

- Réduisez votre consommation de viande
- Préférez la viande Suisse ou de producteurs locaux
- Choisissez une viande bio
- Préférez de la viande fraîche plutôt que congelée



### 4.3.2 Parcours d'éco-gestes



### **4.3.2 Layout Management**

Le Layout Management peut se traduire en français comme l'agencement des rayons ou des produits dans un supermarché. En effet, la conception des magasins a un impact énorme sur la rentabilité, afin de maximiser leurs chiffres d'affaires par mètres carrés et de minimiser les coûts d'exploitation du magasin, tout doit être mûrement réfléchi et soigneusement choisi. En passant par l'emplacement de la marchandise, la présentation des produits, les étalages et la quantité de produits disponibles.

Dans le cadre du parcours d'éco-gestes, le terme « layout management » est intéressant. Afin d'encourager les clients à acheter des produits bio ou labellisés, une modification de l'emplacement de ces derniers peut être envisagée.

Une autre modification importante, celle-ci par rapport à la présentation des produits dans le magasin, serait la vente en vrac. On trouve aujourd'hui en Europe énormément de supermarchés proposant ce système. Chez Migros, cela pourrait avoir un effet déclencheur chez les consommateurs. Ce sont des produits de qualité à des prix plus bas, car l'emballage a été supprimé.

### **4.3.3 Logique de parcours**

À la page précédente, nous pouvons visualiser le parcours, les parties de couleur verte indiquent des endroits stratégiques à l'intérieur du magasin où le client peut accomplir des éco-gestes. Le flyer va aider le client dans ses décisions d'achats.

Afin de comprendre plus clairement ce parcours, l'exemple suivant expose les étapes que doit visiter un client lorsqu'il fait ses courses. Dans ce prototype, le client souhaite des ingrédients précis pour préparer son plat, il désire concocter du poulet à la crème et aux champignons, accompagné de riz et d'une tarte à la rhubarbe pour le dessert.

#### **Étape 1 :**

Le client entre dans le magasin, il dépose ses déchets dans la station de recyclage. La machine lui propose d'insérer sa carte cumulus afin de pouvoir bénéficier davantage de points. Dès son entrée dans le magasin, un collaborateur lui donne un flyer pour faire des courses de manière responsable.

### **Étape 2 :**

Ensuite, ayant des anciennes ampoules à jeter, il se rend au service client pour les déposer. Le collaborateur lui demande tout de suite s'il possède la carte cumulus et grâce à son action il peut, s'il le désire, bénéficier de points cumulus.

### **Étape 3 :**

Il prend un caddie et entre à l'intérieur du supermarché. Pour être sûr de ne rien oublier, il a préparé une liste avec tous les ingrédients pour sa recette. Il n'a pas besoin de beaucoup de choses, car il possède déjà le reste à la maison.

### **Étape 4 :**

Il se rend au rayon des produits frais pour prendre de la crème fraîche

### **Étape 5 :**

Maintenant, il cherche la viande de poulet. Ayant pris connaissance du flyer, il décide de prendre de la viande fraîche et provenant de Suisse. Il se rend dans l'espace boucherie et demande au boucher du blanc de poulet.

### **Étape 6 :**

Puis, il se rend dans le rayon des « pâtes, riz et farine ». Il a besoin de sucre et de farine pour la réalisation de son dessert. Il décide de prendre de la farine quelconque, mais en voyant les affiches promouvant les produits Max Havelaar il change d'idée et préfère les produits labellisés. Il prend également du riz Max Havelaar.

### **Étape 7 :**

Il lui manque encore la rhubarbe pour la tarte et les champignons. Comme il n'a besoin que de quelques champignons, il décide de prendre ceux qui sont proposés en vrac.

Dans le rayon « fruits et légumes », plusieurs affiches sont présentes, elles indiquent les fruits et légumes de saison. Le flyer lui donne également ces informations.

Au vu de tous ces renseignements, il se rend compte que le mois de juillet n'est pas propice pour la consommation de rhubarbe. Il décide donc de prendre à la place des abricots du Valais.



### **Étape 8 :**

Ayant tout ce dont il a besoin, il se rend à la caisse pour payer. Il dépose ses courses sur le tapis et sort les sacs qu'il a amenés.

La caissière tipe les articles puis lui demande sa carte cumulus. Elle remarque qu'il a ramené ses propres sacs et sélectionne une touche sur l'écran de la caisse. Ensuite, elle lui fait part du montant total de ses achats, le client paie ses courses avec une carte bancaire.

La caisse comptabilise le total des points cumulés, entre le dépôt des déchets à la station de recyclage, les ampoules au service client, les achats de produits labellisés et les sacs recyclables. Au final, le client ayant accompli de nombreux éco-gestes, pour le récompenser, il bénéficie de 500 points supplémentaires (500 points = un bon cumulus de CHF 5.-).

Le client range ses courses et sort du magasin.

#### **4.4 Plan d'action**

Le plan d'action inclut les trois recommandations ainsi que quelques propositions d'activités auparavant suggérées. Il va permettre de déterminer quelles sont les ressources humaines fondamentales pour la mise en place des actions ainsi qu'une estimation de la période de temps nécessaire à l'accomplissement de ces recommandations.

Bien qu'essentiel dans un plan d'action, je n'ai pas inclus les ressources financières. En effet, n'ayant malheureusement pas de contact direct avec un spécialiste Migros, il m'a été difficile d'évaluer en termes de coûts les recommandations présentées. D'autant plus que la plupart des recommandations sont internes à l'entreprise : coût d'impression, coût en terme de « temps » des personnes responsables, coût en aménagement des magasins, etc. Le plan d'action est proposé ci-dessous sous forme de tableau et par recommandation.

**Tableau 2**  
**Plan d'action, recommandation 1**

<i><b>Informar et aider les collaborateurs dans leurs démarches d'éco-gestes</b></i>		
<b>Objectifs :</b>	<b>Personnes responsables</b>	<b>Période de réalisation</b>
<b>Séances d'information et sensibilisation en interne</b>	Ressources Humaines	100 % des employés informés d'ici novembre 2014
<b>Séances d'information sur le gaspillage alimentaire</b>	Ressources Humaines	100 % des employés informés d'ici novembre 2014
<b>D'avantage d'heures de cours pour les apprentis traitants sur la thématique</b>	Enseignants	Mise en place des cours dès janvier 2015
<b>Informations visibles dans les magasins pour le personnel</b>	Gérant des magasins	Réaliser les actions d'affichage d'ici octobre 2014
<b>Guide d'éco-gestes</b>	Ressources Humaines	Création du guide dès octobre. Distribution du guide aux employés dès décembre 2014
<b>Système de covoiturage</b>	Gérants des magasins	Contact entre les gérants dès septembre, mise en place du système d'ici décembre 2014

**Tableau 3**  
**Plan d'action, recommandation 2**

<i>Montrer aux clients que Migros est une entreprise engagée qui encourage la consommation responsable et équilibrée</i>		
Recommandation n° 2	Personnes responsables	Période de réalisation
Informers les clients	Développement durable	Dès que les employés seront tous formés, ils pourront aisément informer les clients (novembre 2014)
Informations visibles dans les magasins pour les clients	Développement durable	Création des affiches dès septembre, mise en place en magasin au plus tard en novembre 2014
Réduire les emballages	Industries Migros <sup>17</sup> et fournisseurs	Délai : au plus vite.
Limiter l'huile de palme	Industries Migros et fournisseurs	Délai : au plus vite.
Proposer des produits bio en vrac	Les coopérateurs	Dès septembre 2014, organiser un vote auprès des coopérateurs Migros afin d'obtenir leurs avis. Si l'idée est acceptée, aménager les magasins au plus vite.
Proposer d'autres produits en vrac (céréales, pâtes, riz, etc.)	Les coopérateurs	Dès septembre 2014, organiser un vote auprès des coopérateurs Migros afin d'obtenir leurs avis. Si l'idée est acceptée, aménager les magasins au plus vite.
Promouvoir la santé à travers les lignes de produits sans allergènes	Industrie Migros et développement durable	Dès septembre 2014, élargir la gamme de produits disponible. Promouvoir la santé.

**Tableau 4**  
**Plan d'action, recommandation 3**

<i>Plan d'un parcours « éco-gestes »</i>		
Recommandation n° 3	Personnes responsables	Période de réalisation
La création d'un parcours « éco-gestes »	Développement durable	Lancement du parcours éco-gestes en février 2015.

<sup>17</sup> Migros possède 17 industries en Suisse, ce qui lui permet de produire environ 10'000 articles. Source : <http://www.mindustry.com>

## 4.5 Gestion des risques

**Tableau 5**  
**Gestion des risques**

	<i>Prob. en %</i>	<i>Impacts (1 à 6)</i>	<i>Explication</i>
<b>Interne à l'organisation</b>			
<i>Manque d'engagement de la part des collaborateurs</i>	20 %	1	<i>Collaborateurs peu intéressés par la thématique. Les séances d'informations doivent être compréhensibles et interactives. L'impact est peu élevé dû aux nombreuses informations et au guide éco-gestes.</i>
<b>Fournisseurs</b>			
<i>Les initiatives risquent de ne pas plaire aux fournisseurs de produits non labellisés</i>	40 %	4	<i>Si les consommateurs achètent de plus en plus de produits labellisés ou biologiques, la marge de ventes des autres fournisseurs va diminuer. L'impact est relativement élevé, les fournisseurs peuvent décider de ne plus fournir certains produits à Migros.</i>
<b>Clients</b>			
<i>Injustice envers les bas revenus</i>	80 %	3	<i>Les consommateurs ayant de bas revenus risquent de ressentir une forte injustice, car ils ne peuvent pas contribuer à l'achat de produits durables. L'impact est moyennement élevé, car ils peuvent tout de même effectuer d'autres éco-gestes</i>
<i>Manque d'acceptation des clients</i>	30 %	2	<i>Clients peu ou pas du tout intéressés envers la thématique.</i>
<i>Augmentation des prix moyens</i>	100 %	4	<i>Le prix du panier moyen en Suisse (CHF 154.- actuellement) va évidemment augmenter. Selon les revenus, l'impact généré peut être élevé.</i>

### Légende :

La probabilité d'apparition d'un risque est une valeur numérique. Si la valeur du pourcentage est minime alors le risque à peu de chance de se réaliser. Au contraire, si la valeur est à son maximum l'apparition du risque est quasi-certaine.

L'impact représente la gravité du risque. Dans le tableau ci-dessus, j'ai évalué l'impact sur une échelle de 1 à 6. Plus le chiffre est élevé plus le risque aura de conséquence.

## Conclusion

La problématique initiale de mon travail de Bachelor était d'identifier les éco-gestes possibles pour les clients et les employés de la Migros afin de protéger l'environnement. La thématique du développement durable est aujourd'hui présente dans tous les secteurs notamment dans celui de la grande distribution. Migros, la plus grande entreprise de distribution de Suisse, a démontré maintes fois son engagement envers le développement durable.

Sur l'ensemble des individus sondés, la plupart considèrent que la coopérative peut améliorer sa démarche de sensibilisation d'éco-gestes à l'interne et à l'externe de l'entreprise. À l'aide des questionnaires et à l'analyse des résultats, j'ai pu faire apparaître quelques pistes de réflexion. De ces pistes et en tenant compte de certains commentaires des interviewés, j'ai exposé trois recommandations pour Migros. Les recommandations sont décomposées en trois axes : les collaborateurs, les clients et la création d'un parcours éco-gestes. Dans chaque recommandation, plusieurs exemples et conseils d'améliorations sont donnés. Pour finir, un plan d'action et une gestion des risques sont présentés.

La problématique abordée dans ce travail m'a tout de suite captivée. En tant que collaboratrice étudiante chez Migros et ayant un réel intérêt pour le développement durable, je suis ravie d'avoir pu traiter cette thématique. Durant la réalisation de ce travail, je me suis rendu compte du nombre de gestes faciles que je pouvais faire quotidiennement lors des courses ou même à la maison. Je me suis auto-sensibilisée et je pense, avoir également sensibilisé mon entourage aux éco-gestes.

## Bibliographie

### Support de cours :

Divers auteurs, [cyberlearn]. 2013-2014

Support de cours : Management Durable, Haute École de Gestion de Genève, 2013-2014

BARBIERI Silvio, ZAMBRANO Gabriel [power point]. 2013-2014

Support de cours : Innovation dans les services, Haute École de Gestion de Genève, 2013-2014

### Travail de bachelor / master, thèse, mémoire :

MITROVIC, ADRIJANA, 2011. *Identification des habitudes d'écogestes des employés et des clients Migros*. Genève : Haute École de Gestion de Genève. Travail de master.

DUMARTHERAY, Julie, 2011. *L'agriculture de proximité pour les habitants de l'agglomération nyonnaise*. Genève : Haute École de Gestion de Genève. Travail de bachelor.

NGINAMAU, Maria, 2013. *Concept de service innovant et d'incitation au développement durable : étude de faisabilité d'un système d'échange implémenté au sein d'un réseau de parties prenantes*. Genève : Haute École de Gestion de Genève. Travail de master.

### Articles électroniques :

TURLER, William, 2014. Cabas le papier pollue plus que le plastique. *Le Matin* [en ligne]. 11 janvier 2014. [Consulté le 10 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.lematin.ch/suisse/Cabas-le-papier-pollue-plus-que-le-plastique/story/27867274>

PLOUSEAU, Juliette, 2012. Londres : un supermarché zéro gâchis. *Chef d'entreprise* [en ligne]. 15 octobre 2012. [Consulté le 10 mai 2014]. Disponible à l'adresse :

<http://www.chefdentreprise.com/thematique/entrepreneuriat-1024/commerce-10108/Breves/Londres-un-supermarche-zero-gachis-49081.htm>

NOVEL, Anne-Sophie, 2013. À paris, un supermarché collaboratif veut rendre les bonnes choses accessibles à tous. *Blog Le Monde* [en ligne]. 17 novembre 2013. [Consulté le 5 juin 2014]. Disponible à l'adresse :

<http://alternatives.blog.lemonde.fr/2013/11/17/a-paris-un-supermarche-collaboratif-veut-rendre-les-bonnes-choses-accessibles-a-tous/>

### Législation :

Constitution fédérale de la Confédération suisse. Confédération Suisse [en ligne]. [Consulté le 20 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html>

Loi sur l'action publique en vue d'un développement durable. Site officiel de l'État de Genève [en ligne]. [Consulté le 20 février 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.geneve.ch/legislation/rsg/f/s/rsg\\_a2\\_60.html](http://www.geneve.ch/legislation/rsg/f/s/rsg_a2_60.html)

### Livre :

FRAGNIERE, Emmanuel, TURBEROSA, Jean, MORESINO, Francesco, TURIN, Nathalie. L'étude de marché en pratique, méthodes et applications. De Boeck. ISBN 978-2-8041-7108-7

Denis, LAPERT, Annie, MUNOS, 2009. *Marketing des services 2e édition*. Paris : Dunod, septembre 2009. ISBN 978-2-10-053319-0

SLACK Nigel, BRANDON-JONES, Alistaire, JOHNSTON, Robert, 2011. *Essentials of Operations Management*. Financial Times, 18 mai 2011. ISBN 978-0273756194

Christopher, LOVELOCK, Jochen, WIRTZ, Denis, LAPERT, Annie, MUNOS, 2008. *Marketing des services 6e édition*. Pearson, février 2008. Marketing. ISBN 978-2744072659

### Site web :

Confédération Suisse. *Office fédéral du développement territorial ARE – Développement durable* [en ligne]. [Consulté le 18 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/index.html?lang=fr>

MICHEL MOUSEL et JEAN-PIERRE PIECHAUD, Naissance et formation du concept de développement durable. *Encyclopédie du Développement Durable* [en ligne]. [Consulté le 18 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.encyclopedie-dd.org/encyclopedie/developpement-durable/1-1-de-l-eco-developpement-au/naissance-et-formation-du-concept.html>

Qu'est-ce que le développement durable ? *Institut international du développement durable* [en ligne]. [Consulté le 20 février 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.iisd.org/sd/default\\_fr.aspx](http://www.iisd.org/sd/default_fr.aspx)

Histoire de Migros. *Migros* [en ligne]. [Consulté le 25 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.migros.ch/fr/a-propos-de-migros/histoire.html>

Génération M. *Migros* [en ligne]. [Consulté le 25 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.migros.ch/generation-m/fr/developpement-durable/generation-m.html>

Eco-gestes. *Verdura* [en ligne]. [Consulté le 27 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.vedura.fr/guide/eco-geste/>

Définitions : geste. *Dictionnaire Larousse* [en ligne]. [Consulté le 3 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/geste/36848?q=geste#36789>

Développement durable. *Consoglobe* [en ligne]. [Consulté le 2 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.consoglobe.com/consommation-positive-achat-rationnel-3118-cg/2>

L'Etat de Genève prend des mesures en vue d'améliorer l'efficacité énergétique de ses bâtiments. *République et canton de Genève* [en ligne]. [Consulté le 10 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://ge.ch/sme/energie-et-eau/batiment>

Eco-responsabilité : définition. *Cornebarrieu* [en ligne]. [Consulté le 16 mars 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.cornebarrieu.com/ag21\\_prem\\_act\\_dem\\_eco\\_resp\\_definition.html](http://www.cornebarrieu.com/ag21_prem_act_dem_eco_resp_definition.html)

Pour des travaux sans danger. *Travaux sans danger* [en ligne]. [Consulté le 24 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.travaux-sans-danger.ch/fr>

Service Industriels de Genève. *SIG-GE* [en ligne]. [Consulté le 5 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.sig-ge.ch>

La recharge. *Kiss Kiss Bank Bank* [en ligne]. [Consulté le 10 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/la-recharge>

Sustain' Magazine Award 2012. *Sustain Magazine* [en ligne]. [Consulté le 10 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://sustainmagazine.com/sustain-magazine-awards-2012-winners-announced/>

La louve. *Coop la Louve* [en ligne]. [Consulté le 2 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.cooplalouve.fr>

Park Slope Food Coop. *Food Coop* [en ligne]. [Consulté le 2 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://foodcoop.com>

*The People's Supermarket* [en ligne]. [Consulté le 5 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://thepeoplesupermarket.org>

C'est simple mais fallait le savoir. *Ekologeek*. [Consulté le 30 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ekologeek.org>



# **Annexe 1**

## **Les questionnaires**

### **ÉTUDE PORTANT SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE ET SUR LES ECO-GESTES DES CLIENTS DE MIGROS**

#### **QUESTIONNAIRE N°1 :**

##### **1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi le développement durable évoque tout ce qui touche à l'écologie, trier ses déchets, faire attention à l'électricité consommée. Dans le développement durable, il y a également une partie qui concerne le commerce équitable, de s'assurer que les produits que j'achète en magasin n'ont pas été produits par des enfants surexploités par exemple.

##### **2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je ne me sens pas assez informé sur ce sujet.

##### **3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Sincèrement je ne fais pas grande chose, je trie le papier et l'aluminium. Lorsque je me lave les dents, j'évite de laisser le robinet ouvert. Comme je vis encore chez mes parents, il m'est difficile de faire grand-chose au quotidien.

##### **4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achats ?**

Avant d'aller faire des courses, je fais une liste et je sais ainsi de quoi j'ai besoin, j'évite de gaspiller les aliments et d'acheter par « coup de cœur ». Par contre, si je constate des offres intéressantes je peux acheter plus de produits et les stocker à la maison. Mon budget n'étant pas très élevé je favorise les produits génériques comme M-Budget plutôt que les produits bio, je trouve la qualité de ceux-ci très acceptable.

##### **5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Je pense que la Migros pourrait plus souvent faire des offres sur les produits bio et labellisés. Pourquoi ne pas mettre en place des petits stands d'informations dans les magasins ? Par exemple, pendant les promotions, mettre des personnes qui peuvent expliquer aux consommateurs les avantages ces produits et leurs donner des idées sur comment ils peuvent contribuer au développement durable. Des stands pour les enfants peuvent également être une bonne idée.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Tout dépend des efforts à fournir et si c'est un projet intéressant. Si c'est le cas je suis ouverte à faire plus d'efforts

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 24 ans

**9) Nationalité ?** Suisse et portugaise

**10) État civil ?** Célibataire

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** Assistante de direction dans une agence immobilière

**QUESTIONNAIRE N°2 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Très sincèrement je ne sais pas ce que cela signifie.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Pas du tout.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Comme je ne sais pas ce que cela signifie, je ne peux pas dire si je contribue ou non au développement durable. (Après une brève explication). J'ai remplacé toutes mes ampoules par des LED, et je me déplace en transports publics.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Je fais généralement les courses une fois par semaine, avant de me rendre dans les magasins je prépare une liste à l'avance. Le plus souvent, j'achète ce qu'il y a en promotion et les produits de la marque m-budget.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

La Migros pourrait distribuer des fascicules lors du passage en caisse par exemple. Mettre en place des personnes qui nous informent sur les produits.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Avant de faire des efforts, il faudrait que je sois plus informée sur ce sujet, mais si se sont simplement quelques gestes à faire différemment je suis d'accord de le faire. Par contre, si c'est d'ordre financier je ne peux pas me le permettre.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 46 ans

**9) Nationalité ?** portugaise

**10) État civil ?** Divorcée

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** Actuellement au chômage, auparavant serveuse

**QUESTIONNAIRE N°3 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Le développement durable évoque selon moi la corrélation entre la satisfaction des besoins actuels tout en préservant les générations futures. Concilier la société de consommation et le respect de l'environnement.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Non, bien que la question soit plus souvent évoquée depuis quelques années, il manque encore cruellement de renseignements sur la possibilité pour chacun d'agir à son échelle. Les gens n'ont pas assez conscience de l'impact de nos actions aujourd'hui sur le monde de demain et je crains pour les générations futures... Ce qu'on leur laisse risque d'être bien difficile à porter.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je fais le tri complet pour le recyclage : papier, alu, piles, vêtements, verre, PET et récipients plastiques et bouteilles de lait chez Migros. J'évite au maximum les aérosols et sinon ce sont de petits gestes au quotidien : je n'allume jamais plus d'une lumière à la fois à la maison, j'interromps la chasse d'eau qui souvent déverse bien plus de litres d'eau que nécessaire, je ne laisse jamais couler l'eau lorsque je me brosse les dents ou me savonne sous la douche. Je réutilise le verso de feuilles administratives comme feuilles de brouillon, ampoules économiques, appareils électroménagers classe énergétique.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

J'achète de préférence des emballages recyclables comme : lait ou thé froid en bouteilles pet/PVC plutôt que brique. J'essaie d'acheter au maximum des produits bio et locaux.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Selon moi, la Migros a fait déjà un grand pas en avant en lançant la récupération des récipients plastiques.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Personnellement, je fais déjà beaucoup d'efforts au quotidien. Pour ce que je connais du domaine, je fais le maximum. Maintenant si on me propose d'autres astuces dont je n'ai pas encore connaissance, je suis bien entendu très ouverte à poursuivre sur la bonne voie !

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ? Féminin**

**8) Âge ? 27 ans**

**9) Nationalité ? Suisse**

**10) État civil ? célibataire**

**11) Quelle est votre situation professionnelle ? employée de commerce**

**QUESTIONNAIRE N°4 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

C'est préserver la planète au travers du comportement de tous les êtres humains, afin de protéger les ressources de la terre le plus longtemps possible pour les générations à venir.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Personnellement je me sens assez informée, mais j'ai pu constater que dans mon entourage les personnes ne sont pas suffisamment informées sur le sujet. À mon sens il n'y a pas assez de campagnes d'informations concrètes.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Au quotidien, je fais attention à trier et à recycler mes déchets. Lors de mes déplacements, je privilégie les transports publics, le vélo ou encore la marche.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Comme je suis étudiante, mon budget est restreint. Je favorise donc les produits les moins chers. Je regarde d'un œil attentif les promotions hebdomadaires notamment à travers le Migros Magazine que je reçois par courrier ou encore Internet. J'achète également les produits dits génériques.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Je pense que beaucoup de gens aimeraient acheter des produits bio, mais n'en ont pas les moyens, il faudrait alors diminuer la différence de prix entre les produits bon marché et les produits bio ou de provenance locale. De cette façon les clients se dirigeront plus facilement vers ces produits.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

À travers des actions quotidiennes proposées oui, mais pas si cela devait me coûter plus d'argent.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 25 ans

**9) Nationalité ?** suisse

**10) État civil ?** célibataire, mais vit en concubinage

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** étudiante

**QUESTIONNAIRE N°5 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Des mesures que chaque personne doit prendre afin de trouver des solutions pour préserver la planète.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Non, je pense qu'on ne l'est jamais assez. C'est bien d'informer encore plus.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

J'essaie de trier au maximum mes déchets, mais vivant en France je me trouve assez loin des stations de tri. Je favorise les douches au bain J'utilise un liquide vaisselle écologique, qui ne détruit pas l'écosystème. Lors du ménage, j'essaie dans la mesure du possible de fabriquer moi-même mes produits ménagers avec des aliments de tous les jours, comme le citron qui est très efficace.

Pour le transport, comme je vis en France et travaille à Genève je dois faire l'aller-retour tous les jours en voiture. Mais, la construction du train est bientôt finie et je pourrais ainsi me rendre au travail en train dans un futur proche.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

J'achète tout type de produits selon mes préférences tels que : des produits labellisés, des marques connues, je teste parfois d'autres marques-génériques. Lors de mes courses, je m'y rends en voiture, je fais toujours attention à prendre des sacs avec moi et je respecte scrupuleusement la chaîne du froid

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Par des campagnes, en inscrivant de brefs logos ou mots, faciles à comprendre pour tout le monde, sur les emballages, concernant la conservation, la cuisson, mesures d'hygiène à respecter ou prendre, etc.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Oui, si je suis bien informée et que l'on m'explique bien les efforts que je devrais fournir par la suite.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 33 ans

**9) Nationalité ?** portugaise

**10) État civil ?** Mariée

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** assistante en pharmacie

**QUESTIONNAIRE N°6 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Une vraie philosophie de vie ! Prendre soin de la planète pour les générations futures en évitant le gaspillage des ressources.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je me sens plutôt bien informé, il y a beaucoup de publicité à ce sujet, mais je pense qu'il faut continuer d'informer les gens, car trop de personnes y sont encore insensibles. J'aime beaucoup lire dans mon temps libre, je m'informe également par ce biais.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

J'ai la chance d'avoir un jardin à la maison, je plante des fruits et des légumes toute l'année. Cela demande du travail, mais les produits sont bien meilleurs, ils sont biologiques et également moins chers. Je sais ainsi ce que je mange et cela me rassure. Je trie également tous mes déchets.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Le plus souvent, je me rends au magasin à pied et je prends un caddie à roulettes avec moi pour pouvoir transporter mes courses, cela m'évite de prendre ou d'acheter des sacs. Je fais attention à respecter la chaîne du froid. Lorsque je dois acheter d'autres fruits ou légumes que ceux de mon petit jardin, je les choisis selon la provenance et favorise les produits locaux. Pour la viande et le poisson, je tente également de choisir des produits suisses si cela est possible ou sinon d'acheter ceux qui comportent des labels.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

En réduisant les prix sur les produits locaux et biologiques. Accorder des ristournes aux clients qui ramènent les emballages, les piles et ampoules usagées.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Oui, si c'est dans mes moyens.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ? Féminin**

**8) Âge ? 19 ans**

**9) Nationalité ? Suisse**

**10) État civil ? célibataire**

**11) Quelle est votre situation professionnelle ? salariée**

**QUESTIONNAIRE N°7 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Le développement durable signifie pour moi la fabrication ou l'utilisation de quelque chose tout en pensant au futur. Cela peut concerner la pollution, l'impact sur la nature, le recyclage le tout à un niveau global et local.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Non pas vraiment, il faut trop souvent chercher les informations par soi-même, pour autant que la personne puisse avoir accès à Internet.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Quand c'est possible, je choisis des produits répondant à certaines règles éthiques, notamment à travers les divers labels existants. Je fais attention à ma consommation d'eau et d'électricité.

Par contre, lorsque je vois sur Internet certaines informations ou dans les médias, je me dis que mon action n'est même pas une goutte d'eau dans l'univers.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Afin de limiter les trajets, je favorise dans la mesure du possible, de faire les courses pour de longues périodes cela m'évite également d'y aller plus souvent. Je préfère me rendre dans des magasins proches de chez moi et ainsi limiter les kilomètres.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Au travers de spots documentaires attractifs et présentant des situations réelles, concrètes et quotidiennes sur un support papier, d'affiche ou encore à travers de son site web.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Je pense faire assez d'efforts pour le développement durable.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ? masculin**

**8) Âge ? 52 ans**

**9) Nationalité ? suisse**

**10) État civil ? vit en concubinage, 5 enfants**

**11) Quelle est votre situation professionnelle ? chauffeur de bus**

**QUESTIONNAIRE N°8 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi, le développement durable prend en compte les besoins de la population actuelle sans mettre en péril les besoins des générations futures.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

On ne l'est jamais assez cependant, il me semble que je suis assez bien documentée et informée.



**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je trie mes déchets et essaye de les réduire en n'achetant que ce qui est utile. Je ne laisse jamais les appareils en stand-by chez moi. Je partage une automobile avec une autre famille.

Quand des objets ou vêtements ne me sont plus utiles, je les donne volontiers plutôt que de les jeter.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Je privilégie les producteurs locaux ou régionaux et je renonce aux produits venant de loin.

Je n'achète que ce dont j'ai réellement besoin et en quantité raisonnable pour la consommation journalière.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

La Migros pourrait renoncer aux emballages inutiles et également ceux qui sont composés des matières non recyclables.

Organiser des services de réparations pour les objets vendus dans le magasin, car aujourd'hui les gens préfèrent jeter et acheter quelque chose de neuf plutôt que de réparer ce qui ne fonctionne pas.

Oser renoncer à vendre des produits alimentaires frais venant du bout du monde, comme : des haricots hors saison venant du Kenya ou fraises au mois de janvier.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Oui, à travers des actions ciblées, telles que :

- renoncer à une voiture,
- ne pas voyager en avion sans vrai but important
- consommer des aliments de proximité
- participer à des échanges de matériel en renonçant à jeter
- s'approvisionner en 2e main, vide dressing ou marchés

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 67 ans

**9) Nationalité ?** Suisse

**10) État civil ?** Veuve

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** retraitée

## QUESTIONNAIRE N°9 :

### 1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?

Le développement durable ce sont des actions qui visent à préserver la planète en passant par des gestes écologiques à grandes échelles ou même du quotidien. Tout en se souciant de problèmes liés à la pollution de l'eau, au réchauffement climatique ou encore au tri et au recyclage.

### 2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?

Non, il me semble que j'ai été assez peu informé sur ce sujet à l'école. Mais, je pourrais m'y intéresser davantage d'autant plus qu'il y a souvent des associations d'étudiants qui mobilisent les passants dans mon lieu de travail.

### 3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?

Je pratique les éco-gestes suivants :

- Je ferme l'eau du robinet lorsque je me lave les dents
- je ne prends que des douches
- j'éteins la lumière lorsque je quitte une pièce
- j'utilise des rallonges électriques avec contrôle de courant
- je n'ouvre pas la fenêtre lorsque le radiateur est en marche
- je trie mes déchets
- j'utilise les transports publics
- j'imprime seulement si c'est nécessaire

### 4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?

En règle générale, je préfère les produits de marque et de qualité aux produits moins chers. J'achète principalement des articles que je connais déjà, mais je suis parfois curieux par les nouveautés et n'hésite pas à choisir des produits dérivés pour pouvoir ensuite faire une comparaison et rester avec celui qui m'a le plus plu, parfois indépendamment du prix.

### 5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?

Organiser des journées thématiques dans les grandes filiales. Représenter l'entreprise lors de manifestations informatives. Présenter des « trucs et astuces » sous forme de vidéo sur le site web,

### 6) personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?

Oui et si je peux également en faire depuis mon poste de travail, je pense que cela peut être bien utile.

## INFORMATIONS GENERALES

### 7) Sexe ? Masculin

### 8) Âge ? 23 ans

### 9) Nationalité ? suisse

**10) État civil ?** célibataire

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** employé à l'Université de Genève

**QUESTIONNAIRE N°10 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi le développement durable représente des actions présentes qui seront bénéfiques pour le futur. Des actions qui touchent tant l'écologie, le social et l'économie. C'est un sujet d'actualité et auquel nous devons tous nous sentir concernés.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je me sens plutôt assez informé sur le sujet, mais je remarque dans mon entourage un manque de connaissance.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je tri mes déchets, le papier, le pet et l'aluminium. Je fais attention d'éteindre les lumières lorsque je quitte une pièce et je ferme le robinet lorsque je me lave les dents par exemple. Lors de petits trajets, je favorise la marche ou le vélo. J'utilise quotidiennement les transports publics et plus rarement la voiture.

J'évite également les impressions inutiles, mais lorsque cela est nécessaire je favorise le papier recyclé et les impressions recto verso.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

J'essaye au maximum d'acheter des produits de la région de Genève ou alors de la Suisse, j'achète parfois des produits bio (céréales, yoghourts), mais comme ils sont relativement plus chers je ne peux pas me permettre d'acheter que des produits bio.

Lors de mes courses, je prends toujours des sacs réutilisables avec moi pour ne pas devoir en acheter d'autres, je tente dans la mesure du possible de respecter la chaîne du froid. Par exemple, avant d'ouvrir la porte du congélateur je regarde les produits et choisis celui dont j'ai besoin, c'est seulement ensuite que je me sers. Bien évidemment je la referme immédiatement.

Lors de promotion intéressante, j'achète plus de quantité pour ainsi pour les stocker à la maison tels que les produits non périssables ou les produits d'hygiène.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Je pense que la Migros pourrait avantager les clients qui achètent les produits bio ou labelliser. Par exemple, pourquoi ne pas créer un système d'avantage de points cumulus, pour les clients qui dépense X somme en produits bio ou labellisés reçoivent X fois plus de points.

Ou encore, mettre des affiches dans les rayons fruits et légumes en indiquant les fruits et légumes de la saison en cours.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Je trouve que je fais assez d'actions quotidiennement, mais je suis d'accord d'en faire plus, si la Migros proposait d'autres conseils je les suivrais probablement.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** féminin

**8) Âge ?** 24 ans

**9) Nationalité ?** Suisse

**10) État civil ?** célibataire

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** étudiante

**QUESTIONNAIRE N°11 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi, cela évoque l'écologie, le tri, le respect, le droit de l'homme. C'est un thème d'actualité et on en ressent les conséquences aujourd'hui avec l'augmentation de la température, la fonte des glaces, etc. Je pense que c'est un sujet auquel les gens devraient faire plus attention, car dans un futur proche on pourrait en ressentir les conséquences et celle-ci risque d'être grave.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je me sens suffisamment informé notamment avec l'aide d'Internet, mais pour moi l'information doit être continue pour pouvoir toucher le plus de gens possible.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je tri mes déchets, le papier, le plastique et l'aluminium. Je fais attention d'éteindre. C'est un sujet qui me tient à cœur et donc j'essaie d'en faire au maximum. Je trie tous mes déchets, je fais le compost. J'utilise des produits de nettoyage qui sont moins nocifs pour la nature. Je ne prends que des douches et coupe l'eau lorsque je me savonne. Je n'utilise que les transports publics ou la marche pour me rendre au travail et évite au maximum les trajets en voiture.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Je prépare toujours une liste à l'avance pour éviter d'acheter trop de produits et de devoir pour finir les mettre à la poubelle. Je ramène toujours des sacs réutilisables. J'essaie d'acheter au maximum des produits labellisés ou bio, moins que ce que j'aimerais, car ces produits sont bien plus chers que les autres.

Lors de promotion intéressante, j'achète plus de quantité pour ainsi pour les stocker à la maison, comme les produits non périssables ou les produits d'hygiène.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Je trouve que Migros pourrait soutenir un peu plus les clients qui consomment plus de produits bio, l'entreprise pourrait donner plus de points cumulus lors des achats ou alors des bons 5x ou 10x cumulus.

Je trouve leur initiative de mettre des bornes pour trier les déchets dans tous les magasins très bonne, peut-être pourrait-il mettre plus d'informations concernant le développement durable dans les magasins avec des affiches explicatives en français et anglais comme Genève est une ville internationale.

Mettre en évidence sur tous les produits sans exception, une explication de recyclage, car très souvent les gens veulent recycler et trier leurs déchets, mais ne savent pas vraiment comment faire.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

De nouveau, c'est un sujet qui me tient à cœur donc oui je suis prête à faire encore plus que ce que je fais déjà.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** Féminin

**8) Âge ?** 56 ans

**9) Nationalité ?** Suisse

**10) État civil ?** Mariée

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** salariée

**QUESTIONNAIRE N°12 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Une façon de faire, des attitudes et réflexes à adopter au quotidien dans le but de préserver et de respecter notre planète.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Pas suffisamment non

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je préfère les transports publics ou la marche à la voiture. J'utilise du papier recyclé et j'imprime en recto-verso sur mon lieu de travail et pour mes cours. Lors mes études à l'HEG j'ai pu participer à un cours en rapport avec le développement durable, j'ai dû développer un projet avec une équipe

pluridisciplinaire. Par ailleurs, nous avons gagné le prix Créagir 2014 avec notre projet de jardin modulable.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Lorsque je choisis un produit, je tiens compte de plusieurs facteurs tels que : la réputation de la marque, ma connaissance du produit, le label, le prix, etc. Généralement, pour les petites courses je m'y rends à pied ou en TPG, mais, lors de grandes courses je prends la voiture. J'essaie de toujours avoir un sac avec moi pour éviter d'en acheter à chaque fois.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Axer leur communication sur le développement durable et non sur les autocollants et objets à collectionner comme les : mini mania, nanos etc. Mettre des responsables dans des rayons spécifiques pour expliquer quelles sont les attitudes à adopter lors des achats, connaître la conséquence de l'achat d'un produit plutôt qu'un autre. Recomposer les clients qui achètent ce type de produit en leur offrant par exemple plus de bons cumulus.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Oui, lors de mes achats si la Migros met en place une communication qui permettrait de sensibiliser sa clientèle au développement durable.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** féminin

**8) Âge ?** 24 ans

**9) Nationalité ?** suisse et espagnol

**10) État civil ?** célibataire

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** étudiante à la HEG et assistante RH au Département des Finances à temps partiel

**QUESTIONNAIRE N°13 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Il s'agit de la production d'un produit en passant par la consommation et son élimination dans un cycle dit écologique. Le produit doit tenir compte de l'énergie pour le produire, le distribuer, le consommer et l'élimination ou le recyclage.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Non, je pense que personne n'est réellement suffisamment informé. Par exemple, si j'achète des fraises qui viennent d'Espagne, personne ne communique réellement sur l'énergie qui doit être prise en compte pour la production, l'acheminement l'emballage, etc.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Je trie mes déchets tels que le verre, l'aluminium, le papier, etc. Je favorise les produits manufacturés en Suisse.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Je favorise toujours les fruits et légumes locaux comme les asperges du Valais par exemple.

J'essaye de toujours acheter des produits labellisés plus précisément pour la viande et le poisson, premièrement car je trouve que le goût est bien meilleur que les autres et ensuite, car ce sont des produits certifiés.

Lors de mes courses, je fais toujours attention à respecter la chaîne du froid en emportant avec moi des sacs spécialement conçus pour préserver le froid.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Tout d'abord avant de sensibiliser les clients la Migros devrait faire elle aussi quelques gestes, arrêter de vendre des produits à base d'huile de palme ou les produits dangereux pour la santé composée de colorants et d'agents conservateurs.

Ensuite, pour sensibiliser les clients, la Migros pourrait mettre en place diverses actions d'informations et d'explications dans leurs magasins, avantager les clients qui achètent des produits biologiques ou certifiés, notamment à travers la carte cumulus.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Je pense qu'avant de faire moi-même des efforts, ce sont les industriels qui devraient en faire en arrétant de fournir des aliments, habits, produits de nettoyage de mauvaise qualité et où les travailleurs sont exploités.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** masculin

**8) Âge ?** 43 ans

**9) Nationalité ?** suisse

**10) État civil ?** divorcé

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** indépendant

**ÉTUDE PORTANT SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE ET  
SUR LES ECO-GESTES DES EMPLOYES DE MIGROS**

**QUESTIONNAIRE N°1 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Consommer de manière intelligente, éviter le plus possible les déchets et les recycler.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Malheureusement non

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?**

Au travail je ne fais pas énormément de gestes pour le développement durable. Lorsqu'un client laisse à ma caisse des produits frais ou congelés, j'essaie de les ranger au plus vite ou appeler quelqu'un pour que cela soit fait. Je ne donne pas de sac plastique, uniquement pour les produits qui peuvent « couler » comme le poulet rôti. Dans la cuisine et aux vestiaires de mon poste de travail, j'éteins systématiquement la lumière lorsque je sors de la pièce.

**4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail**

Je me rends au travail en transports publics.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Je trouve que Migros fait déjà beaucoup pour développement durable, néanmoins, il serait judicieux d'éviter les emballages inutiles enveloppant certains produits.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Tout dépend du coût en argent, énergie, et temps que cela engendrerait dans mon quotidien.

**7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?**

☒ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

**INFORMATIONS GENERALES**

**8) Sexe ? Féminin**



9) **Âge ?** 37 ans

10) **Nationalité ?** Suisse

11) **État civil ?** Célibataire

12) **Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Actuellement, je suis mère au foyer, cependant j'ai travaillé pendant 10 ans dans le commerce de détail.

## **QUESTIONNAIRE N°2 :**

### **1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Le développement durable c'est de vivre en harmonie avec la nature, de ne pas détruire ce que la planète nous « prête » et la respecter. Éviter de jeter des déchets dans la nature qui vont nuire à la faune et à la flore, recycler, éviter le gaspillage en général et préserver les ressources de la terre.

### **2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je me sens suffisamment informé, mais, l'information est toujours importante et doit être continue pour que cela touche le maximum de personne.

C'est à travers mon cursus scolaire que j'en ai appris plus sur cette thématique, c'est quelque chose qui me tient à cœur j'essaie d'en parler à ma famille et mes amis pour qu'ils soient plus attentifs, je les incite à faire quelques gestes faciles au quotidien pour le développement durable

### **3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?**

J'essaie d'en faire au maximum, par exemple nous trions les cartons et les plastiques lorsque nous mettons la marchandise dans les rayons. Une poubelle pour les bouteilles PET est disponible également.

### **4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail**

Je me rends au travail en transports publics, car je travaille à Balexert et depuis chez moi c'est un peu loin, sinon je m'y rendrais volontiers à pied surtout en été.

### **5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

La Migros agit déjà beaucoup pour le développement durable, notamment avec leurs stations de recyclage de déchet installer dans tous les magasins, c'est une très bonne initiative !

Les cadeaux distribués aux clients : megawin, mini mania, etc. Pourquoi ne pas distribuer des cadeaux plus durables ? Des petites fiches explicatives ou encore des cadeaux sous forme de jeux explicatifs pour les enfants ?

Je peux le voir à mon poste de travail, beaucoup de clients font très attention à la carte cumulus, utilise des bons de multiplications de points, etc. Offrir davantage de points cumulus pour les clients qui agissent pour le développement durable pourrait être une bonne idée.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Je pense déjà faire beaucoup d'efforts, mais je suis ouvert à d'autres propositions.

**7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?**

☒ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

**INFORMATIONS GENERALES**

**8) Sexe ?** masculin

**9) Âge ?** 23 ans

**10) Nationalité ?** portugaise

**11) État civil ?** Célibataire

**12) Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Caissier depuis 2 ans les jeudis soirs et samedi en parallèle de mes études d'infirmier.

**QUESTIONNAIRE N°3 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

C'est de faire des efforts aujourd'hui pour que la génération de demain puisse vivre dans un monde meilleur.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Non pas vraiment, ce n'est pas un sujet qui me touche particulièrement beaucoup.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?**

Je ne donne pas de sacs plastiques, uniquement pour les produits surgelés ou qui peuvent couler. D'habitude, je demande d'abord aux clients s'ils en désirent ou non, car certains clients sont sensibles à ce sujet et ne désirent jamais de sacs plastiques.

**4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail**

Je me rends au travail en transports publics, car je possède l'abonnement de bus. De plus, la Migros contribue à l'abonnement annuel pour ses employés. Je trouve que c'est une bonne initiative pour inciter les gens à prendre le bus plutôt que la voiture.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Faire des journées d'informations dans les magasins tout en expliquant aux clients quels sont les impacts de leurs achats. Par exemple, expliquer la différence entre acheter des fraises d'Espagne et des fraises de Suisse en terme d'énergie, de carburant et de coût. Sans oublier bien sûr qu'il ne faut pas forcer les gens dans leurs achats et que tout le monde ne peut pas se permettre d'acheter des produits locaux ou bio, car ceux-ci sont plus chers.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Tout dépend quels seraient les efforts à effectuer et aussi du coût que cela engendrerait au quotidien. Mon mari travaille également à la Migros et j'ai une petite fille de deux ans, je ne peux pas me permettre financièrement de faire des dons par exemple.

**7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?**

☒

Oui

☐

Non

☐

Je ne sais pas

**INFORMATIONS GENERALES**

**8) Sexe ?** féminin

**9) Âge ?** 33 ans

**10) Nationalité ?** marocaine

**11) État civil ?** Mariée

**12) Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Caissière, j'aide parfois au service client. Chez Migros depuis 7 ans.

**QUESTIONNAIRE N°4 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Ce thème évoque pour moi essentiellement le recyclage, l'énergie, mais aussi la santé et sécurité des employés au travail.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Au sein de mon travail chez Migros, à diverses occasions j'ai eu des formations par rapport au développement durable. Je me sens donc assez informé sur le sujet, mais je pense que l'information est toujours nécessaire.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?**

Dans mon poste de travail au service client, les clients viennent très souvent nous rapporter des objets pour le recyclage tels que des ampoules, des piles ou encore des CD. Je m'occupe de les trier et mettre les objets dans les cartons adéquats.

Dans les magasins, certains employés arrivent très tôt pour amener la marchandise et d'autres pour les rangers, c'est seulement à l'ouverture du magasin, à 8 h, que nous allumons toutes les lumières.

**4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail**

J'habite dans la campagne genevoise donc les transports publics sont rares et je commence généralement le travail à 7 h donc il y a très peu de bus. À Champel il y n'y a que très peu de place de parking, c'est pourquoi depuis chez moi je prends la voiture et que j'ai loué un parking à Villereuse ou je peux déposer ma voiture. Ensuite, je me rends à mon travail en TPG.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Pour promouvoir la santé et sécurité au travail, la Migros a mis en place une séance de massage de 15 minutes pour tous les employés de Migros Champel, ces 15 minutes ont été comptées dans le temps de travail et donc payées. Dans le magasin nous avons tous beaucoup apprécié ce massage. La masseuse a d'ailleurs constaté que la plupart des employés du magasin avaient des problèmes de dos notamment à cause des lourdes charges à porter, d'être assis ou debout toute la journée cela crée des tensions. La Migros devrait faire d'autres initiatives du type pour les employés.

Ensuite, pour les clients et même pour les collaborateurs, je pense qu'il serait judicieux d'offrir plus de points cumulus aux personnes qui ramènent leurs objets pour qu'ils puissent être recyclés, ou encore pour ceux qui achètent des produits bio, du poisson issu de la pêche durable, etc. Si les gens sont récompensés, ils feront davantage d'efforts.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Et bien, je pense que oui.

**7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?**

☒ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

**INFORMATIONS GENERALES**

**8) Sexe ?** Féminin

**9) Âge ?** 34 ans

**10) Nationalité ?** Suisse

**11) État civil ?** Mariée

**12) Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Je m'occupe de la gestion des caissières, du service client et service après-vente depuis 10 ans. Dès le mois de juin, je quitte mon poste actuel et je vais dans les bureaux de change Migros.

## QUESTIONNAIRE N°5 :

### 1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?

Pour moi cela signifie d'améliorer l'environnement en effectuant des actions quotidiennes à l'échelle de chacun. Par exemple : en triant ses déchets, diminuer les énergies consommées, acheter des habits en deuxième main, etc.

### 2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?

Je me sens plutôt bien informé, car j'ai suivi l'option majeure de Management Durable à la HEG cette année, mais je pense que la Migros devrait informer plus régulièrement ses clients et employés par des campagnes d'informations.

### 3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?

À mon poste de travail, j'essaie de trier les déchets lorsque cela est possible. Si par exemple j'achète une boisson dans le magasin lors de ma pause, je vais ensuite déposer la bouteille dans les poubelles de recyclage PET. Lorsqu'un client change d'avis et décide de ne plus prendre un produit spécifique, si celui-ci appartient au rayon frais ou surgelé, je fais mon possible pour qu'il soit rangé le plus vite possible afin de ne pas casser la chaîne du froid.

### 4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail

Je me rends au travail avec les transports publics.

### 5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?

En mettant en place un système pour inciter les clients à ramener leurs déchets recyclables à la Migros. Pourquoi ne pas les récompenser par une prestation ? Des points sur la carte cumulus ou des rabais à l'intérieur du magasin. Je pense que ce serait une bonne initiative et cela encouragerait beaucoup de gens à le faire.

### 6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?

Comme mentionné, ayant suivi le cours de Management Durable cela m'a permis de me rendre compte à quel point le développement durable est essentiel pour l'avenir de la planète. Je suis donc prête à faire des efforts et d'encourager mon entourage à faire pareil.

### 7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?

☒

Oui

☐

Non

☐

Je ne sais pas

## INFORMATIONS GENERALES

### 8) Sexe ? féminin

- 9) **Âge ?** 24 ans
- 10) **Nationalité ?** Italienne
- 11) **État civil ?** Célibataire
- 12) **Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Caissière étudiante depuis 2 ans

**QUESTIONNAIRE N°6 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

C'est satisfaire les besoins de notre société d'aujourd'hui, qui est de plus en plus consommatrice, sans mettre en danger les ressources naturelles pour les générations futures. Faire des actions aujourd'hui pour demain.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

En étant étudiant à la HEG, je pense être suffisamment informé oui. De plus, on peut constater que depuis quelques années c'est un sujet récurrent dans les médias.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable à votre poste de travail ?**

En étant caissier, je trouve que je ne suis pas vraiment confronté au développement durable. Néanmoins, en quittant la caisse, je place les cartons, le papier, et les produits périmés ou défectueux dans des poubelles prévues à cet effet.

**4) Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail**

Je me rends au travail en bus.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Il faudrait organiser plus de réunions et de formation en interne afin de renseigner au mieux les collaborateurs sur ce sujet. Eux-mêmes peuvent ensuite renseigner les clients si besoin.

Afin de sensibiliser les gens, la Migros pourrait organiser divers concours, par exemple un concours de photos : les personnes devront proposer une photo qui met en avant un aspect du développement durable et le gagnant reçoit des produits bio ou un bon d'achat. Si le concours est disponible à plus grande échelle, dans toute la Suisse, la récompense pourrait être un voyage dit « équitable ».

La compagnie d'aviation Swiss a proposé sur Internet un concours créatif pour un emploi, The Swiss Explorer, le gagnant devra retranscrire sous forme de blog les divers voyages qu'il effectuera.

Dans le cas de Migros et du voyage équitable, le gagnant pourrait également écrire un ou des articles pour le site Internet de la Migros ou le Migros Magazine tout en expliquant le voyage et peut inciter d'autres personnes à faire ce type de tourisme. Enfin, ce n'est qu'une idée.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Oui, je suis ouvert à faire plus d'efforts.

**7) Pensez-vous que la Migros devrait davantage sensibiliser ses employés au développement durable ?**

☒

Oui

☐

Non

☐

Je ne sais pas

#### INFORMATIONS GENERALES

**8) Sexe ?** masculin

**9) Âge ?** 26 ans

**10) Nationalité ?** Kurde

**11) État civil ?** Célibataire

**12) Poste au sein de la Migros ? Depuis combien de temps ?** Job d'étudiant, caissier depuis une année les samedis et à 30% lors des vacances scolaires.

**ÉTUDE PORTANT SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE ET  
SUR LES ECO-GESTES DES EXPERTS.**

**QUESTIONNAIRE N°1 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi, le développement durable est une approche systémique (globale) de la société. Qui intègre les notions de la planète et de l'être humain dans les parties prenantes de la société et de leurs attentes. Par exemple, dans une entreprise cela représente une production et une consommation durable.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

C'est un sujet auquel on ne peut pas être experts, car il touche à tous les domaines, c'est trop vaste. Par contre, je me considère comme un spécialiste par rapport à mes connaissances et à mes expériences.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

Tout d'abord, ma vocation métier est liée au développement durable, ce qui pour moi est très important. Je n'ai pas de voiture et ne compte pas en avoir de sitôt, j'utilise principalement les TPG ou la marche pour mes déplacements. De part de mes convictions, je ne possède ni télévision, ni téléphone fixe ni Internet chez moi. Pour ce qui concerne la consommation de protéine animale, j'ai diminué ma consommation de celle-ci de 50% et me concentre davantage sur la protéine végétale.

Avant je triais les déchets, mais, les stations de tri des déchets ont été déplacées et se trouvent maintenant loin de chez moi. De plus, je ne comprends pas vraiment pourquoi je devrais trier mes déchets si la plupart des gens ne le font pas. Pour mes vêtements, je choisis ceux fabriqués avec du coton bio, car je trouve que la qualité des vêtements est bien meilleure.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Lors de mes courses, je favorise les produits laitiers biologiques, les légumes locaux et le chocolat équitable. Par contre, il est dur pour moi d'acheter uniquement ce type de produits, car je n'ai pas beaucoup de revenus financiers.

Lorsque je me rends à la Migros, j'oublie généralement toujours de prendre mes sacs et j'ai donc une grande collection à la maison. (Suite à notre entretien, il m'a garanti qu'il comptait régler ce problème au plus vite).

N'ayant pas de congélateur à la maison, je n'achète pas de produits surgelés et très peu de produits transformés.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Selon moi, la signalisation des produits bio chez Migros n'est pas voyante en comparant avec la Coop. Chez Coop, il y a des affiches et le packaging est toujours le même, par contre, chez Migros il faut chercher les produits.



Migros devrait donc faire un effort dans la signalisation et mettre des produits bio dans tous les rayons et pas uniquement à certains endroits.

Mettre en place des journées de sensibilisation, avec des informations et communications pour les clients. Faire des campagnes marketing pour promouvoir le développement durable, tout en évitant de distribuer des cadeaux comme les autocollants megawin, mais plutôt se concentrer sur des cadeaux dits durables, qu'ils soient à la fois à la mode et sympathiques.

Imaginer un système de carte cumuls B2B2C ou crée une nouvelle carte de fidélité nommée M-Green par exemple, ». Qui soit plus avantageuse pour le développement durable Que je sois employé ou consommateur dès que je fais des éco-gestes ou des achats de produits biologiques, je récupère des points cumulus. Ensuite, je peux avoir des réductions sur les produits bio, ou mettre en place un système de concours, celui qui reçoit le plus de points gagne un voyage « équitable ».

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Comme mentionnée, dès demain je vais me forcer à ramener des sacs lorsque je vais faire mes courses. À long terme, trier mes déchets et trouver un emploi qui me permettra d'avoir un meilleur salaire et donc qui me permettra d'acheter des produits bio et équitables.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** masculin

**8) Âge ?** 33 ans

**9) Nationalité ?** Française

**10) État civil ?** célibataire

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** enseignant, chercheur et entrepreneur

**QUESTIONNAIRE N°2 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

En tant qu'expert du développement durable pour moi c'est un sujet d'étude, de recherche et d'enseignement qui fait appel à l'interdisciplinarité. C'est la clé de lecture de mes activités.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Je me sens assez informé, cependant, c'est un sujet tellement vaste qu'il y a énormément de choses à savoir. C'est difficile de toujours rester informé et actualisé sur ce sujet. Par contre, au niveau des vêtements biologiques, je ne me sens pas suffisamment informé concernant la sécurité au travail de personnes lors du processus de fabrication, je pense que ce sujet n'est pas assez développé et discuté.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

J'éteins les lumières lorsque je sors d'une pièce, même lorsque je travaille à l'HEG j'éteins toujours tout. Je suis économe quant à la quantité, je minimise toujours la quantité des choses que j'achète et que je consomme tout en regardant l'impact environnemental et social. Je trie au maximum mes déchets, j'économise au maximum les énergies. Je mange également le moins de viande possible.

Pour mes déplacements, bien que je possède une voiture je ne l'utilise pas très souvent, je me déplace principalement en scooter pour les trajets professionnels. J'ai déjà essayé le vélo, mais où j'habite il y a beaucoup de montés et j'ai généralement beaucoup d'affaires à transporter ce qui rend les déplacements en vélo difficiles. Lors des vacances, je ne me déplace jamais très loin, j'ai de la famille en Suisse que je visite de temps à autre.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

En règle générale, je n'achète pas beaucoup de produits et je n'ai donc pas beaucoup de stock à la maison dans le but d'avoir le moins de déchet possible. J'ai de la chance d'habiter près de divers commerces, lorsque je fais les courses je m'y rends toujours à pied et j'ai toujours mon sac ou mon caddie avec moi, d'ailleurs mes enfants me traitent de vieux quand j'utilise mon caddie (rires). Je ne me rends jamais en France pour faire mes courses.

J'achète toujours des produits biologiques, de la viande et du poisson certifiés et j'attache une attention particulière aux espèces de poisson, j'achète bien entendu seulement les espèces qui ne sont pas en voie de disparition. Pour les fruits et légumes, je favorise ceux de saison, mais pas forcément local. J'évite également les produits qui sont sur emballés.

Pour ce qui concerne les vêtements, j'essaie d'acheter ceux qui sont produits avec du coton bio, par contre je trouve qu'il n'y a pas énormément de choix et il est difficile d'être parfaitement au courant des conditions de productions des habits.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

Migros a déjà mis en place beaucoup de choses, par contre je trouve que par rapport à la Coop il y a tout de même quelques efforts à faire. Par exemple, la Coop contrôle plus ses fournisseurs à travers les réseaux de production, s'il y a un quelconque problème ils sont en mesure de répondre plus facilement et rapidement comme cela a été le cas avec le scandale de la viande de cheval.

Je ne me rends pas beaucoup à la Migros pour faire mes courses il est donc difficile pour moi de répondre à cette question.

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Je fais déjà beaucoup, par contre, je pourrais faire des efforts au niveau de ma mobilité, car je possède tout de même une voiture qui n'est pas hybride. Je devrais penser à tester le vélo électrique.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ? masculin**

- 8) **Âge ?** 49 ans
- 9) **Nationalité ?** Suisse
- 10) **État civil ?** Mariée, 2 enfants
- 11) **Quelle est votre situation professionnelle ?** Cadre dépendant

**QUESTIONNAIRE N°3 :**

**1) Qu'est-ce que le développement durable évoque pour vous ?**

Pour moi, le développement signifie plusieurs choses : des bonnes pratiques des affaires, des accords internationaux, un principe de bonne gestion des ressources, des axes stratégiques collectifs.

**2) Vous sentez-vous suffisamment informé sur le sujet ?**

Oui, je me sens bien informé, mais dans les journaux et la presse il y a beaucoup de désinformation. Le développement durable est toujours associé au côté environnemental, mais pas au côté social et économique. Il est difficile de trouver des informations. Je me sens informé, mais pas grâce à la collectivité ni aux entreprises plutôt grâce à mon métier.  
Selon moi, les entreprises informent seulement le côté qui les intéresse.

**3) Quels sont les gestes ou les pratiques que vous faites, au quotidien, pour le développement durable ?**

J'utilise principalement les transports publics ou mon vélo électrique doté de panneaux solaires pour mes déplacements. Je ne voyage pas beaucoup pour les vacances et lorsque c'est le cas je ne vais pas très loin.

J'ai changé toutes mes anciennes ampoules chez moi par des lampes LED.  
Chez moi, je possède un jardin où je cultive des fruits et des légumes de saison.

Je recycle mes déchets à hauteur de 95% environ, le plastique, le verre, le papier et je fais aussi le compost. Pour tout ce qui touche aux déchets électroniques je préfère modifier ou réparer les objets avant de les jeter voir les vendre.

Je fais partie d'une association pour la biodiversité, on essaye par exemple de planter des fruits ou légumes que l'on ne trouve pas dans les magasins.

Je favorise les réparations pour tous les objets c'est seulement quand il n'y a plus de solution que je me décide de les jeter.

Tout ce qui est fait en Chine je l'achète directement en Chine via Internet.

**4) Lors de vos courses, quels sont vos comportements d'achat ?**

Lors de mes courses, je me déplace à pied, en vélo ou en transport public. J'utilise ma voiture que lorsque c'est vraiment nécessaire, notamment pour des objets plus grands ou plus lourds par exemple de bricolage.

Je me rends très souvent au marché et je favorise toujours ce qui est biologique. Ce sont des familles qui cultivent bio qui sont engagés et contrôlés. J'aime que le producteur soit engagé. J'achète donc des produits de proximité et de saison.

Lors des courses, je lis toujours les étiquettes, il faut du temps et de la rigueur, mais, si un produit contient de l'huile de palme par exemple, je ne l'achète pas.

Je pense qu'on ne peut pas acheter des produits de qualité à des prix défiant toute concurrence. Par exemple : j'ai vu l'autre jour en vente un vin australien à 4CHF, entre le prix de la bouteille, le bouchon, le vin, le transport et payer les personnes qui travaillent c'est impossible pour un tel prix.

**5) Selon vous, comment la Migros pourrait sensibiliser ses clients à la thématique ?**

La Migros pourrait :

- Mettre les bonnes informations sur les produits
- Éviter de proposer des produits hors saison à des prix défiant toute concurrence
- S'engager auprès des producteurs
- Informer les clients sur la production et la fabrication pour tous les produits et pas uniquement le secteur alimentaire, est-ce que le client sait qu'en achetant un marteau à 1CHF, qu'il est produit en Chine, et ce dans de mauvaises conditions ?
- Favoriser les réparations des objets et le recyclage. Permettre aux clients de pouvoir trouver des pièces détachées.
- Réduire les emballages, mettre en avant les recharges et en proposer une gamme élargie
- Communiquer avec le client et l'inciter à faire les bons choix

**6) Personnellement, seriez-vous prêt à faire des efforts en ce qui concerne le développement durable ?**

Bien sûr, de toute façon il n'y a pas d'autre alternative, tout le monde doit faire le plus d'efforts possible.

**INFORMATIONS GENERALES**

**7) Sexe ?** masculin

**8) Âge ?** 62 ans

**9) Nationalité ?** Suisse et italienne

**10) État civil ?** Mariée, 4 enfants

**11) Quelle est votre situation professionnelle ?** Enseignant et conseiller d'entreprise

## Etat actuel de nos promesses.

Migros s'engage avec des promesses et des projets concrets pour la génération de demain.

Consommation	Environnement	Collaborateurs	Société	Santé
<p><b>Nous proposons un vaste assortiment de produits durables.</b></p> <p><b>Ressources naturelles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plus grandes surfaces pour les céréales bio</li> <li>Soutien de 300 agriculteurs bio</li> <li>Diversité des espèces grâce à TerraSuisse</li> <li>Assortiment de poisson 100 % durable</li> <li>Huile de palme de production durable</li> <li>Papier et bois de production durable</li> <li>Certification FSC de toutes les couches Milette</li> <li>Textiles fabriqués à l'aide de coton durable</li> <li>Production de textiles selon le standard Eco</li> <li>Offre en cosmétiques naturels plus vaste</li> <li>Réduction des emballages</li> <li>Suppression de la tourbe</li> </ul> <p><b>Climat et énergie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Publication de l'empreinte carbone de 850 produits</li> <li>Efficacité énergétique des appareils électriques</li> </ul> <p><b>Étique sociale et commerce équitable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Extension de l'assortiment Max Havelaar</li> <li>Cacao durable pour tous les chocolats Frey</li> <li>Variétés de thé issues de cultures durables</li> </ul>	<p><b>Nous nous engageons à protéger l'environnement à long terme.</b></p> <p><b>Ressources et climat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction des émissions de gaz à effet de serre</li> <li>Réduction de notre consommation d'électricité</li> <li>Promotion des énergies renouvelables</li> <li>Le plus grand transport de marchandises par rail</li> <li>Voyages d'affaires en transports publics ou Mobility</li> <li>Le plus grand nombre de surfaces répondant aux critères Minergie en Suisse</li> </ul> <p><b>Recyclage</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Système de recyclage national pour CD</li> <li>La plus grande collecte de bouteilles en PET</li> <li>Recyclage de toutes les bouteilles en plastique</li> <li>Diminution de la quantité de carton dans le transport de marchandises</li> <li>Recyclage de tous nos cintres</li> </ul> <p><b>Construction durable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Construction durable des magasins Migros</li> </ul>	<p><b>Nous offrons des débouchés professionnels en créant des postes de travail.</b></p> <p><b>Santé</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestion de la santé au travail</li> <li>Places d'apprentissage</li> <li>Plus de 3000 places d'apprentissage</li> <li>Débouchés professionnels</li> <li>Perspectives professionnelles pour les jeunes</li> </ul> <p><b>Sensibilisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formation pour une consommation d'énergie plus responsable</li> <li>Soutien de l'initiative «bike to work»</li> <li>1000 participants aux journées de bénévolat du WWF en faveur de la nature</li> </ul>	<p><b>Nous adoptons une éthique sociale exemplaire envers la communauté.</b></p> <p><b>Sport et loisirs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Événements culturels, sportifs et environnementaux pour les enfants</li> <li>Initiation des enfants aux sports de lutte</li> <li>Inspirer l'envie de bouger dans les écoles</li> <li>650 000 m<sup>2</sup> d'espaces verts pour les loisirs et la détente</li> </ul> <p><b>Activités culturelles et sociales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Activités «open air» pour 2,9 millions de visiteurs</li> </ul> <p><b>Formation pour tous</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cours de langue destinés aux immigrants</li> <li>Se perfectionner et se réaliser dans la vie professionnelle</li> <li>Sensibiliser les jeunes à l'environnement</li> <li>Investir un milliard de francs pour les loisirs, la formation et la culture</li> </ul>	<p><b>Nous préconisons un mode de vie sain et équilibré.</b></p> <p><b>Alimentation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de la teneur en sel</li> <li>Réduction de la teneur en sucre dans les yogourts</li> <li>Des aliments à l'emporter plus sains</li> <li>Déclaration de l'assortiment pour végétariens et végétaliens</li> </ul> <p><b>Exercices physiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Promotion de la course à pied</li> </ul>

Dernière mise à jour: 31 décembre 2012

## Annexe 3 : Article du Matin

## Annexe 3

### Article du Matin

# Cabas: le papier pollue plus que le plastique

**CONSO — On l'ignore souvent: les sacs en papier vendus aux caisses de Migros contiennent des matières synthétiques afin de renforcer leur solidité. Ce qui complique leur recyclage.**

#### Et vous? Plutôt papier ou plastique?

#### Sacs en plastique: à utiliser cinq fois au moins!

L'association zurichoise de défense de l'environnement Climatop a calculé le nombre de fois qu'un sac en plastique devait être réutilisé pour présenter un meilleur bilan climatique qu'un modèle en papier utilisé une seule fois.

Résultat: après cinq usages, avec un volume de marchandises donné, un cabas en matière synthétique se révèle tout aussi performant qu'un modèle en papier. Si le sac en plastique est réutilisé au moins huit fois, la diminution des émissions de CO<sub>2</sub> atteint 35%.

#### Des sacs biodégradables et compostables

BIOAPPLY D'origine végétale, sans OGM et issus de pommes de terre non alimentaires européennes, les sacs proposés par la PME vaudoise BioApply apparaissent comme une solution moins nocive pour l'environnement que les petits sacs en plastique ou les cabas disposant d'un film en plastique. Ils peuvent en outre être réutilisés pour ramasser des déchets organiques.

Une double utilisation qui améliore leur bilan écologique en encourageant les usagers à faire davantage de compost. L'entreprise compte parmi ses clients des sociétés comme Migros Vaud, LeShop.ch, Pharmacieplus, Rip Curl ainsi que les Artisans boulangers-confiseurs du canton de Genève. Elle annonce avoir vendu 10 millions de sacs en divers formats l'an passé.

On pense qu'ils sont en papier, donc recyclables. Mais les sacs vendus 30 centimes à la caisse des supermarchés sont difficiles à recycler car ils contiennent du plastique afin de garantir leur solidité. Selon leur fréquence d'utilisation, leur bilan écologique s'en trouve nettement amoindri et se révèle même pire que celui des sacs en plastique PET, en vente aux mêmes caisses.

«La plupart des sacs en papier distribués en Suisse ne sont pas recyclables, car ils sont traités avec des produits imperméabilisants ou disposent d'un film très fin en plastique servant contre l'humidité», explique Michel Pikhanov, directeur des ventes auprès de BioApply. Sa société basée à Gland (VD) développe des sacs, des emballages et d'autres applications biodégradables en privilégiant les matières d'origine végétale.

Selon lui, l'impact environnemental des sacs en papier pose par ailleurs un problème au niveau de la consommation d'eau nécessaire à leur fabrication: jusqu'à 3,3 fois plus importante que pour un sac en plastique traditionnel! De plus, ces cabas sont souvent utilisés comme récipient pour le vieux papier. Ceci alors même que les règlements communaux sur la gestion des déchets (dont celui de la Ville de Lausanne) exige qu'aucune matière ne soit mélangée au papier et au carton lors du dépôt, qu'il s'agisse de sacs, de liens en plastique, d'emballages de magazines,

#### Signaler une erreur

Vous avez vu une erreur? Merci de nous en informer.

#### Partager & Commenter



de papiers plastifiés, de trombones ou de sagex.

Tout comme les enveloppes à fenêtre en plastique, les cabas traités contre l'humidité péjorent la qualité du papier collecté et compliquent le processus de recyclage, du fait du traitement supplémentaire à effectuer pour en extraire la matière synthétique.

Habituellement, les cantons alémaniques se montrent beaucoup plus stricts sur les sujets écologiques que les cantons latins. Cette longue tradition permet d'atteindre outre-

Sarine des qualités de papier auxquels les producteurs romands ont renoncé, explique Vincent Rossi, président des Verts lausannois et analyste chez Quantis, une société spécialisée dans le cycle de vie. «La question est de savoir comment améliorer les filières de recyclage. Les coûts apparaissent chez les récupérateurs et sont supportés par les contribuables. J'ai la nette impression que nous sommes en retard en Suisse romande.» De son côté, la coprésidente des Verts suisses, Adèle Thorens Goumaz, relève que la question de l'impact écologique des sacs de supermarchés est précisément à l'ordre du jour au Parlement et au sein de l'Administration fédérale.

#### Migros laisse le choix au client

Du côté des distributeurs, Migros se déclare consciente du bilan écologique négatif des cabas en papier, mais ne souhaite pas mettre ses clients devant le fait accompli en supprimant ces très populaires contenants. Le géant orange essaie d'encourager l'achat de sacs plastique recyclables en vente aux caisses au prix de 2 fr. «Il n'est pas rare que les cabas à 30 centimes en papier ne servent qu'à une ou deux reprises, souligne la porte-parole Monika Weibel. Alors que les modèles en plastique peuvent être réutilisés des dizaines de fois tout en demeurant en parfait état, même mouillés.»

Depuis novembre, Migros Vaud a choisi de proposer les sacs de BioApply, au prix de 5 ct. Biodégradables et réutilisables, ceux-là sont similaires à ceux en plastique, distribués auparavant gratuitement aux caisses.

Pour sa part, Coop a renoncé aux produits imperméabilisants, et recommande, en cas de forte pluie, d'opter pour un sac en PET réutilisable, puisqu'elle ne peut exclure que ses sacs en papier ne se déchirent une fois trempés.

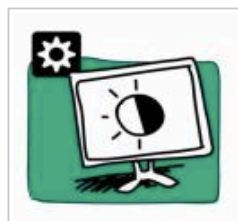
*(Le Matin)*



## Annexe 4

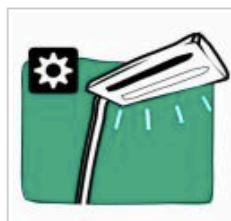
### Liste des éco-gestes de l'État de Genève

#### Energie



1

 Je règle la luminosité de mon écran à 50%



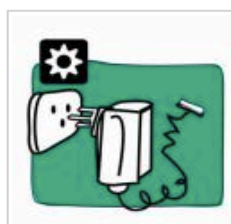
2

 J'enclenche 1 interrupteur sur 2 de mon lampadaire



3

 Je chauffe le minimum d'eau et non toute la bouilloire



4

 Je retire mon chargeur de téléphone de la prise



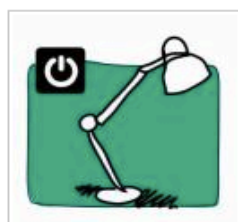
5

 Je règle mon chauffage à 21-23° C



6

 J'éteins mon écran quand je ne suis pas devant




7

 J'éteins mon lampadaire



8

 J'éteins la machine à café en dehors des pauses




9

 J'arrête mon ordinateur



10

 Je coupe mes périphériques -hors PC- avec une multiprise



11

 Je coupe l'alimentation du mopieur





## Mobilité



12

J'utilise un mode de déplacement durable



13

J'opte pour le covoiturage



14

J'adopte une conduite écologique



## Recyclage des déchets et préservation des ressources



15

Je jette mes bouteilles en PET dans le box de récupération du bâtiment



16

Je renonce à acheter des canettes en alu



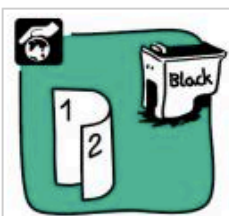
17

Je trie les bouteilles en verre



18

Je réfléchis avant d'imprimer



19

J'imprime toujours recto-verso et en noir et blanc



20

J'utilise le mode économique de la chasse d'eau



21

Je bois l'eau du robinet plutôt que l'eau en bouteille



22

Je recycle les cartouches d'imprimante et de mopieurs